



TESIS DE DOCTORADO

**TURISMO COMUNITARIO Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL:
ASPECTOS DETERMINANTES
DE LA SOSTENIBILIDAD EN LAS
COMUNIDADES TURÍSTICAS DE
ECUADOR**

Myriam Yolanda Sarabia Molina

ESCUELA DE DOCTORADO INTERNACIONAL DE
LA UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

PROGRAMA DE DOCTORADO EN DESARROLLO REGIONAL
E INTEGRACIÓN ECONÓMICA

SANTIAGO DE COMPOSTELA
2021





DECLARACIÓN DE LA AUTORA DE LA TESIS

Turismo comunitario y responsabilidad social: aspectos determinantes de la sostenibilidad en las comunidades turísticas de Ecuador

Dña. Myriam Yolanda Sarabia Molina

Presento mi tesis, siguiendo el procedimiento adecuado al Reglamento, y declaro que:

- 1) La tesis abarca los resultados de la elaboración de mi trabajo.*
- 2) En su caso, en la tesis se hace referencia a las colaboraciones que tuvo este trabajo.*
- 3) La tesis es la versión definitiva presentada para su defensa y coincide con la versión enviada en formato electrónico.*
- 4) Confirmo que la tesis no incurre en ningún tipo de plagio de otros autores ni de trabajos presentados por mí para la obtención de otros títulos.*

En Santiago, 25 de enero de 2021

Fdo: Myriam Sarabia Molina





AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR/ TUTOR DE LA TESIS

D. Rubén Camilo Lois González

En condición de: **Director**

Título de la tesis: **Turismo comunitario y responsabilidad social: aspectos determinantes de la sostenibilidad en las comunidades turísticas de Ecuador.**

INFORMA:

Que la presente tesis, se corresponde con el trabajo realizado por Dña. **Myriam Yolanda Sarabia Molina**, bajo mi dirección/tutorización, y autorizo su presentación, considerando que reúne los requisitos exigidos en el Reglamento de Estudios de Doctorado de la USC, y que como director/tutor de esta no incurre en las causas de abstención establecidas en la Ley 40/2015.

En Santiago de Compostela, 25 de enero 2021

Firma electrónica





AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR/ TUTOR DE LA TESIS

D. Jakson Renner Rodrigues Soares

En condición de: **Director**

Título de la tesis: **Turismo comunitario y responsabilidad social: aspectos determinantes de la sostenibilidad en las comunidades turísticas de Ecuador.**

INFORMA:

Que la presente tesis, se corresponde con el trabajo realizado por Dña. **Myriam Yolanda Sarabia Molina**, bajo mi dirección/tutorización, y autorizo su presentación, considerando que reúne los requisitos exigidos en el Reglamento de Estudios de Doctorado de la USC, y que como director/tutor de esta no incurre en las causas de abstención establecidas en la Ley 40/2015.

En Santiago de Compostela, 25 de enero 2021

Firma electrónica



DEDICATORIA

A Luis Alberto, mi esposo por ser mi apoyo moral importante.

A Luis Francisco, mi hijo por esperarme siempre, a mi familia por su gran amor e infinita consideración en mi formación académica.





AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi familia: Luis Alberto y Luis Francisco por su apoyo y cariño en este período de formación de mi vida. Asimismo, quiero agradecer a mis padres Hugo Sarabia y Rosa Molina por estar presentes siempre en mi vida como un ejemplo de valentía y superación.

De la misma forma quiero mostrar mi agradecimiento especial al Catedrático Doctor Rubén Lois y el Profesor Doctor Jakson Renner Rodrigues Soares, por su acertada guía y colaboración en la elaboración de esta tesis doctoral.

Asimismo, quiero agradecer a los profesores del Programa de Doctorado Desarrollo e Integración Económica (USC-España) porque han sabido aportar a mi formación académica con sus enseñanzas, comentarios y reflexiones. Además, quiero agradecer a los compañeros del grupo de formación académica del Instituto de Estudios y Desarrollo de Galicia (IDEGA), en especial a los colegas Fredy Ruiz y Luis Calderón por su amistad y confianza brindada en este tiempo.

Quiero agradecer también a los profesores del Programa Maestría Profesional en Gestión de Negocios Turísticos porque al igual que el grupo anterior han sabido aportar a mi formación académica con sus enseñanzas, comentarios y reflexiones. Además, quiero agradecer a los compañeros del grupo de formación académica (NETTUR), en especial a los colegas Juliana, Rogério y Williane por su amistad y confianza brindada en este tiempo.

Por último, un agradecimiento infinito a Pedro Rodrigues Soares su familia y amigos por su invaluable amistad.



RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo comprender la relación entre las acciones y dimensiones de responsabilidad social, desempeñadas en comunidades que practican turismo comunitario. Los sujetos con los que se trabajó fueron pequeños emprendedores de los Centros de Turismo Comunitario en la provincia de Santa Elena. El marco teórico utilizado versa sobre el compromiso de la responsabilidad social en el turismo comunitario. Se realizó una investigación con método mixto secuencial en dos fases: cualitativa, para aproximarse a la realidad del sector, y cuantitativa, para medir y confirmar las relaciones entre los constructos y comprender la relación entre responsabilidad social y turismo comunitario. En la recolección de los datos se utilizaron entrevistas (fase cualitativa) y cuestionario administrado (fase cuantitativa). Para examinarlos se utilizó análisis factorial y modelación de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados en la fase cuantitativa. Finalmente, se logró deducir que las acciones y dimensiones desempeñadas de responsabilidad social, evidenciadas en los emprendimientos turísticos, son aspectos determinantes de sostenibilidad que permiten el desarrollo local en el destino. De la misma manera, se entendió que existe una estrecha relación entre responsabilidad social y turismo comunitario identificada en las prácticas de turismo comunitario, que puede ser de aplicación o interés para las futuras acciones vinculadas a las comunidades.

Palabras clave: Responsabilidad Social. Emprendimientos Turísticos. Turismo Comunitario. Método Mixto. Centros de Turismo Comunitario.



RESUMO

A presente investigación tivo como obxectivo comprender a relación entre as accións e dimensións de responsabilidade social, desempeñadas en comunidades que practican turismo comunitario. Os suxeitos cos que se traballou foron pequenos emprendedores dos Centros de Turismo Comunitario na provincia de Santa Elena. O marco teórico utilizado versa sobre o compromiso da responsabilidade social no turismo comunitario. Realizouse unha investigación con método mixto secuencial en dúas fases: cualitativa, para aproximarse á realidade do sector, e cuantitativa, para medir e confirmar as relacións entre os constructos e comprender a relación entre responsabilidade social e turismo comunitario. Na colecta dos datos utilizáronse entrevistas (fase cualitativa) e cuestionario administrado (fase cuantitativa). Para examinalos empregáronse análise factorial e modelo de ecuacións estruturais de mínimos cadrados na fase cuantitativa. Finalmente, logrouse deducir que as accións e dimensións desempeñadas de responsabilidade social, evidenciadas nos emprendementos turísticos, son aspectos determinantes de sostibilidade que permiten o desenvolvemento local no destino. Da mesma maneira, entendeuse que existe unha estreita relación entre responsabilidade social e turismo comunitario, identificada nas prácticas de turismo comunitario, que pode ser de aplicación ou interese para as futuras accións vinculadas ás comunidades.

Palabras chave: Responsabilidade Social. Emprendementos Turísticos. Turismo Comunitario. Método Mixto. Centros de Turismo Comunitario.



RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi compreender a relação entre as ações e as dimensões da responsabilidade social realizadas em comunidades que praticam o turismo comunitário. Os sujeitos com os quais trabalhamos foram pequenos empresários dos Centros Comunitários de Turismo da Província de Santa Elena. O referencial teórico utilizado foi sobre o compromisso com a responsabilidade social no turismo comunitário. Foi realizada uma investigação sequencial de método misto em duas fases: qualitativa para aproximar a realidade do setor e quantitativa para medir e confirmar as relações entre os construtos e compreender a relação entre responsabilidade social e turismo comunitário. Na coleta de dados, foram utilizadas entrevistas (fase qualitativa) e questionário aplicado (fase quantitativa). Para examiná-los, foram utilizadas na fase quantitativa análise fatorial e modelagem de equações estruturais de mínimos quadrados. Por fim, foi possível deduzir que as ações e dimensões realizadas de responsabilidade social evidenciadas nos empreendimentos turísticos são aspectos determinantes da sustentabilidade que permitem o desenvolvimento local no destino. Da mesma forma, entendeu-se que existe uma estreita relação entre responsabilidade social e turismo comunitário identificada nas práticas de turismo comunitário, que pode ser de aplicação ou interesse para futuras ações relacionadas às comunidades.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Empreendedorismo turístico. Turismo Comunitário. Método misto. Centros de Turismo Comunitário.



ABSTRACT

The objective of this research was to understand the relationship between the actions and dimensions of social responsibility carried out in communities that practice community tourism. The subjects with whom we worked were small entrepreneurs from the Santa Elena Province Community Tourism Centers. The theoretical framework used was on the commitment to social responsibility in community tourism. A sequential mixed method investigation was carried out in two phases: qualitative to approximate the reality of the sector and quantitative to measure and confirm the relationships between the constructs and understand the relationship between social responsibility and community tourism. In the data collection, interviews (qualitative phase) and administered questionnaire (quantitative phase) were used. To examine them, factorial analysis and least squares structural equation modeling were used in the quantitative phase. Finally, it was possible to deduce that the actions and dimensions carried out of social responsibility evidenced in tourism ventures are determining aspects of sustainability that allow local development in the destination. In the same way that it was understood that there is a close relationship between social responsibility and community tourism identified in community tourism practices, which may be of application or interest for future actions related to communities.

Keywords: Social Responsibility. Tourism Entrepreneurship. Community Tourism. Mixed method. Community Tourism Centers.



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	35
1.1 Justificación y contextualización del tema	35
1.2 Problemática de estudio	38
1.3 Objetivos generales y específicos	40
1.4 Relevancia, originalidad y contribución de la investigación	41
1.5 Estructura de la tesis	43

PRIMERA PARTE:

LA ESTRECHA RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LAS ACTIVIDADES EN EL TURISMO DE BASE COMUNITARIA..... 45

2. ANTECEDENTES, DIMENSIONES, CONCEPTUALIZACIÓN E IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	47
2.1 Una revisión de las definiciones de RS	53
2.2 Organizaciones promotoras de la responsabilidad social	70
2.3 Responsabilidad social en el mundo. Diversas prácticas	75
2.4 La responsabilidad social en los cinco continentes	77
2.5 Un acercamiento a la RSE en Latinoamérica	82
2.5.1 Un repaso a la responsabilidad social en Ecuador	84
2.6 Turismo de base comunitaria: conceptualización, panorámica general y aproximación a su realidad en Ecuador	91
2.6.1 Conceptualización del Turismo Comunitario o de Base Comunitaria	93
2.6.2 Un repaso al Turismo Comunitario en el mundo	95
2.6.3 Relevancia del turismo comunitario o de base comunitaria en América Latina	105
3. TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR Y EXPERIENCIAS LOCALES	115
3.1 Orígenes y evolución del turismo comunitario en Ecuador	116
3.2 Datos básicos sobre las experiencias de Turismo Comunitario en Ecuador	120
3.3 Marco normativo y políticas públicas	130
3.4 El impacto del Turismo Comunitario; aspectos económicos y sociales	134

3.5 Desarrollo del Turismo Comunitario en las comunidades. Indicadores	137
3.5.1 El turismo comunitario en la provincia de Santa Elena: experiencias de desarrollo	156
3.5.2. Modalidades de turismo del cantón Santa Elena; las experiencias de turismo comunitario.....	162
3.5.3 Oferta turística en la provincia Santa Elena.....	171
3.5.4 Demanda turística en la provincia de Santa Elena	173
3.6 Experiencias de desarrollo endógeno vinculadas al turismo (investigación)	177
3.7 Construcción de las hipótesis de trabajo	180
3.8 Diseño metodológico de la investigación.....	184

SEGUNDA PARTE:

ESTUDIO EMPÍRICO

4. LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EXPLORATORIA	189
4.1 La técnica de análisis de los datos cualitativos.....	192
4.2 Proceso del trabajo de campo.....	192
4.3 Presentación de los resultados de las entrevistas	196
4.3.1 Responsabilidad social en el Turismo Comunitario.....	197
4.3.2 Dimensiones de la responsabilidad social en los residentes y pequeños emprendedores.....	201
4.3.3 Dimensiones de la Responsabilidad Social (compromisos).....	203
4.3.4 Motivaciones y obstáculos para la aplicación de la Responsabilidad Social...	212
4.3.5 Hallazgos y conclusiones parciales de la primera etapa cualitativa	215
5. LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	221
5.1 Diseño de la herramienta	222
5.2 Disminución de riesgos en la encuesta y tabulación.....	222
5.3 Metodología de investigación del cuestionario y validación	223
5.4 Validación de la herramienta y cambios efectuados en el cuestionario	225
5.5 Recogida de datos	226
5.6 Escala de medida y variables utilizadas	227
5.7 Pasos para los análisis realizados	233
5.7.1 Análisis del Modelo de Medición (outer model)	237
5.7.2 Análisis del Modelo Estructural (inner model).....	239
5.7.3 Modelo Global	241

6. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	245
6.1 Perfil de los emprendedores turísticos de los CTC's en la muestra del estudio	245
6.2 Análisis descriptivo de datos métricos	248
6.3 Resultados del análisis del modelo de medida de primer orden.....	253
6.4 Resultados de Modelo Estructural (inner model)	266
6.5 Resultados de Modelo Global	271
6.6 Discusión de los Test de Hipótesis	274
6.7 Consideraciones finales del análisis cuantitativo.....	276
7. CONCLUSIONES	279
7.1 Recomendaciones	282
7.2 Limitaciones	283
8. CONCLUSÕES	285
8.1 Recomendações	288
8.2 Limitações	289
BIBLIOGRAFÍA	291
Anexo 1.....	347
Anexo 2.....	349
Anexo 3.....	365
Anexo 4.....	367
Anexo 5.....	369



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estructura de la tesis.	44
Tabla 2. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (1953-1968).....	54
Tabla 3. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (1970-1988).....	55
Tabla 4. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (1991-2000).....	56
Tabla 5. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (2001-2005).....	57
Tabla 6. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (2006-2016).....	58
Tabla 7. Definiciones de RSE propuestas en el Continente Europeo.....	59
Tabla 8. Definiciones de RSE propuestas en América del Norte.....	61
Tabla 9. Definiciones de RSE propuestas en América Central.....	62
Tabla 10. Definiciones de RSE propuestas en América del Sur.	63
Tabla 11. Organizaciones promotoras de RSE en el Continente Europeo.	70
Tabla 12. Organizaciones promotoras de RSE en América del Norte.	72
Tabla 13. Organizaciones promotoras de RSE en América Central.....	73
Tabla 14. Organizaciones promotoras de RSE en América del Sur.....	74
Tabla 15. Evolución conceptual del Turismo Comunitario.	117
Tabla 16. Líneas y variedades de productos turísticos específicos en Ecuador PLANDETUR 2020.....	137
Tabla 17. CTC's registrados por MINTUR (2014-2018).	138
Tabla 18. CTC's registrados por FEPTCE (2000-2015) y MINTUR (2014-2019).....	140
Tabla 19. Requisitos solicitados por MINTUR y FEPTCE.	142
Tabla 20. Organización político-administrativa de la provincia Santa Elena.....	160
Tabla 21. Inventario de atractivos turísticos según el Repositorio UPSE cantón Santa Elena.	163
Tabla 22. Inventario de atractivos turísticos según Repositorio UPSE cantón La Libertad.	165
Tabla 23. Inventario de atractivos turísticos según Repositorio UPSE cantón Salinas.	166

Tabla 24. Inventario de productos turísticos en Santa Elena según PLANDETUR 2020....	171
Tabla 25. Establecimientos registrados provincia Santa Elena (MINTUR, (2019).....	172
Tabla 26. Oferta desde la percepción de prestadores de servicios de alimentos.	173
Tabla 27. Demanda turística en temporada alta provincia Santa Elena.	175
Tabla 28. Demanda turística en temporada baja provincia Santa Elena.	176
Tabla 29. Experiencias endógenas de turismo en la provincia Santa Elena.....	179
Tabla 30. Hipótesis de trabajo.....	184
Tabla 31. Estructura metodológica.....	185
Tabla 32. Conceptos de RS y TC empleados en el guión de la entrevista	194
Tabla 33. Perfil demográfico de participantes.	195
Tabla 34. Variables de RS y TC a comprobar.	217
Tabla 35. Ficha técnica de la investigación.	221
Tabla 36. Estructura del cuestionario.	224
Tabla 37. Muestra de la población a encuestar.....	225
Tabla 38. Escalas comúnmente utilizadas sobre RS y turismo.....	228
Tabla 39. Razones para emprender que tienen los ET.....	230
Tabla 40. Acciones voluntarias que realizan los ET.....	230
Tabla 41. Obligaciones personales que realizan los ET.....	230
Tabla 42. Responsabilidades económicas desempeñadas por los ET.	231
Tabla 43: Responsabilidades legales desempeñadas por los ET.....	231
Tabla 44: Responsabilidades éticas desempeñadas por los ET.	231
Tabla 45: Responsabilidades filantrópicas desempeñadas por los ET.	232
Tabla 46. Prácticas de TC de los emprendedores.	232
Tabla 47. Variables de caracterización de la muestra.....	232
Tabla 48. Características básicas para análisis con SEM.....	234
Tabla 49. Medidas mínimas para el modelo de medición.....	238
Tabla 50. Referencias para calidad de ajuste.....	240

Tabla 51. Franja de edades de emprendedores turísticos en 4 CTC.....	246
Tabla 52. Actividad de emprendimiento.....	248
Tabla 53. Razones para emprender que tienen los ET.	249
Tabla 54. Acciones voluntarias que realizan los ET.	250
Tabla 55. Obligaciones personales que realizan los ET.....	250
Tabla 56. Dimensiones de la RS desempeñadas por los emprendedores turísticos.	251
Tabla 57. Objetivos y Motivaciones de los emprendedores turísticos.	252
Tabla 58. Prácticas de Turismo Comunitario de los emprendedores.	252
Tabla 59. Cálculo de cargas externas de Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET.....	254
Tabla 60. Cálculo de cargas externas de Dimensiones de RS desempeñadas por los ET....	255
Tabla 61. Cálculo de cargas externas de Prácticas de TC de los emprendedores.....	255
Tabla 62. Cálculo de cargas externas de Objetivos y Motivaciones de los ET.	256
Tabla 63. Estimación de cargas externas de Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET.....	256
Tabla 64. Estimación de cargas externas de Dimensiones de RS desempeñadas por los ET.	257
Tabla 65. Estimación de cargas externas de Prácticas de TC de los emprendedores.	257
Tabla 66. Estimaciones de cargas externas de Objetivos y Motivaciones de los ET.....	257
Tabla 67. Evaluación de cargas externas de los indicadores.....	258
Tabla 68. Evaluación final de cargas externas de los constructos.....	260
Tabla 69. Evaluación final de cargas externas de los indicadores.....	260
Tabla 70. Validez discriminante, criterio de Fornell y Larcker.....	261
Tabla 71. Validez discriminante, criterio HTMT.....	261
Tabla 72. Análisis Media, desviación estándar, valores t, p (PDE, AV y OP).	262
Tabla 73. Análisis Media, desviación estándar, valores t, p valores (REL).	262
Tabla 74. Análisis Media, desviación estándar, valores t, p valores (OM).	263
Tabla 75. Análisis Media, desviación estándar, valores t, p valores (CT).....	264

Tabla 76. Cálculo del factor de inflación de la varianza (VIF).....	265
Tabla 77. Evaluación de pesos de los constructos de primer orden.	265
Tabla 78. Valoración de la colinealidad.	266
Tabla 79. Prueba bootstrapping para constructos.	268
Tabla 80. Remuestreo bootstrapping de hipótesis.	268
Tabla 81. Comprobación de hipótesis.	269
Tabla 82. Redundancia y Comunidad del constructo validada de forma cruzada.	270
Tabla 83. Referencias para calidad de ajuste.....	271
Tabla 84. Índices de ajuste del modelo global.....	272



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Posición del Turismo en la Economía del Ecuador. Ingresos por turismo y por exportaciones no petroleras de enero a diciembre 2014-2016.....	135
Gráfico 2. CTC's registrados por MINTUR (2014-2019) y CTC's registrados por FEPTCE (200-2015) en Ecuador.	139
Gráfico 3. Tipos de turismo ofertados por CTC's registrados en FEPTCE.....	143
Gráfico 4. Actividades turísticas complementarias de los CTC's según FEPTCE 2015.....	144
Gráfico 5. Línea de evolución de los CTC en Ecuador (2000-2015).	145
Gráfico 6. CTC's registrados de acuerdo a la clasificación de la FEPTCE.....	147
Gráfico 7. Plazas de alojamiento de CTC's registrados por MINTUR (2014-2018).....	150
Gráfico 8. Oferta turística provincia Santa Elena	172
Gráfico 9. Distribución por género.....	246
Gráfico 10. Emprendimientos en los 4 CTC's.....	247
Gráfico 11. Valores bootstrap coeficiente path. Modelo.....	267
Gráfico 12. Modelo de Medida (ASR-DRS-OM-PTC).....	273



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Hipótesis de trabajo.....	181
Figura 2. Modelo relacional de constructos.....	244





ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1. CTC's de Ecuador según FEPTCE (2015).	148
Mapa 2. Situación geográfica de los CTC's de la provincia Santa Elena.....	162
Mapa 3. Comunidades consolidadas en actividad turística provincia de Santa Elena.	178





1. INTRODUCCIÓN

La presente introducción ha sido estructurada en tres partes en donde se hace una presentación sobre la justificación, el ámbito de aplicación, los objetivos y la estructura general de la tesis doctoral. La primera parte corresponde a la justificación y al ámbito de aplicación del tema de investigación, en la cual se exponen la vigencia y la relevancia del mismo para el ámbito de la responsabilidad social y el turismo comunitario, así como la necesidad de estudiarlo derivada de las lagunas del conocimiento sobre el mismo. En la segunda parte se plantea el problema de la presente tesis doctoral, así como las razones que explican y motivan su solución. Y en la tercera parte, se presentan los objetivos (general y específicos) de la investigación, así como las correspondientes hipótesis que los sustentan, las cuales se encuentran fundamentadas, desarrolladas y contrastadas a lo largo de este trabajo.

1.1 Justificación y contextualización del tema

Resulta evidente el interés académico por el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial en adelante RSE, siendo el siglo XIX después de la Revolución Industrial, período que concentró la mayor dedicación en el tema (Riccardi,2004). Por su parte Carroll (1999) plantea el año 1953 como el inicio del constructo de RSE en la literatura científica.

De este modo, la RSE supone un hecho dinámico que puede ir variando en el tiempo y en el espacio, siendo estas últimas las variables que inciden directamente sobre las formas y contenidos de la RSE, la cual va tomando formas distintas de acuerdo al lugar y al sector económico en donde se va desarrollando, por lo tanto, su contenido y su aplicación pueden variar de un

país a otro, en función del tiempo y de la naturaleza de las empresas González, Alén y Rodríguez (2011).

Por tanto, la forma de entender y aplicar la RSE es muy variable de una localidad a otra, de una empresa a otra y a través del tiempo, el éxito de su aplicación irá en función del sector específico que la lleve a cabo (Welford et al. 2008 citado en Guédez, 2010) y en este sentido, el concepto de la RSE debe adaptarse a las situaciones y a las prácticas específicas de cada sector y subsector económico (Cochran, 2007). Además de las condiciones ambientales que se presentan en cada una de las empresas que lo enfrentan en algún momento de su quehacer cotidiano.

Por otra parte autores como Gerde y Wokuch (1998), Rowley y Berman, (2000), De Bakker et al., (2005), Lockett et al., y Bigné et al., (2010), citados en (Perdomo y Escobar, 2011) discurren que la RSE ha evolucionado como un campo de estudio en un sentido progresivo, dentro del contenido de interés de la presente investigación, referente a la administración y a la literatura científica sobre el tema, los trabajos y las investigaciones sectoriales sobre empresas del sector turístico (Bohdanowicz, 2006); investigadores reconocidos en turismo coinciden con esta afirmación entre ellos Henderson (2006), Papaleo y Betoan, (2006) y Fennel y Mallov (2007) citados en (Tepelos, 2008).

El sector del turismo se entiende como punto específico de esta investigación, siendo uno de los sectores más importantes para la economía mundial y considerado clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar global (UNWTO, 2016). El turismo se desarrolla en términos generales después de la II guerra mundial siguiendo un modelo denominado “turismo de masas”, el cual ha generado una lista de impactos negativos tanto desde el aspecto social, como de la perspectiva cultural y medioambiental. Este desarrollo turístico ha sido cuestionado y considerado como un agente perjudicial para el ambiente (Rabágo y Revah, 2014). Según Jafari (1994) pueden distinguirse

cuatro etapas en la evolución del turismo a nivel mundial. La primera se corresponde con la que se produjo durante los años 60, se relaciona con una etapa “favorable” y se ponía el énfasis de la actividad turística en las aportaciones económicas que generaba. La segunda etapa corresponde a la denominada desfavorable, su inicio se puede enmarcar en los años 70 y coincide con la crítica al desarrollo económico y durante este período surge una apuesta por el cuidado de la naturaleza. El efecto se traslada a los costes derivados del turismo. La tercera etapa se produce en la década de los años 80 y se le conoce con el nombre de “conciliadora”, puesto que busca un equilibrio entre lo favorable y desfavorable, en ella se analizaron los planteamientos emergentes del ambientalismo favoreciendo aquellas formas de turismo especialmente respetuosas con las comunidades, anfitrionas con su cultura, su medioambiente y centradas en acciones positivas. Por último, la cuarta etapa denominada “científica” se desarrolló durante la última década del siglo XX. En estos años el turismo se considera un sistema con la finalidad de obtener una adecuada comprensión de sus estructuras básicas y de sus funciones, con lo cual se conforma un corpus de conocimiento científico suficiente para el desarrollo de constructos teóricos sobre turismo.

En las últimas décadas la demanda turística ha experimentado cambios importantes, diversificándose tanto la oferta como las motivaciones de los usuarios al momento de elegir el destino. La oferta turística es cada vez más variada siendo numerosos los nuevos productos ofrecidos que buscan adaptarse a las actuales necesidades de los consumidores potenciales.

El desarrollo de nuevas demandas, alejadas del escenario ya existente de sol y playa ha permitido el surgimiento de nuevas tipologías de alojamiento turístico, ubicadas muchas veces en espacios rurales. En el contexto europeo se considera como una alternativa generadora de empleo e ingresos para los

habitantes de las zonas rurales vulnerables, en las que la agricultura suponía la principal fuente de ingresos.

Siguiendo esta línea, cabe destacar que en América Latina la tipología de servicios de alojamiento en los espacios rurales se presenta de diferente modo. En esta tesis se analiza una de ellas: el Turismo comunitario, se trata de un tipo de actividad turística cuyo diseño se realizó en base al incremento de la calidad de las condiciones de vida de las poblaciones indígenas, convirtiéndose en una de las posibles alternativas diversificadoras de la renta de la población local. Son muchos ya los proyectos de turismo comunitario puestos en marcha a lo largo del continente americano que presentan resultados positivos, pero en el caso de Ecuador el turismo comunitario es una actividad aún incipiente y para la que el Gobierno ecuatoriano ha diseñado una serie de acciones de apoyo.

1.2 Problemática de estudio

Las acciones positivas y negativas del ser humano están generando, visiblemente, efectos en aspectos económicos, culturales, sociales y ambientales a nivel mundial. La importancia de la responsabilidad y de la ética implica generar conocimiento en el turismo. Como argumenta Perinat (2003: 105): *“la tensión entre el conocimiento científico y la postura de «estar preocupado» de quienes lo gestionan, provoca una dialéctica que es el núcleo de la reflexión sobre la ética y el conocimiento”*, olvidando u obviando esta tarea impostergable que demanda la investigación.

La corriente tradicional del pensamiento turístico se ha encargado de la revisión de temas como: la promoción, el marketing y el desarrollo turístico, entre otros, así como aquellos aspectos metodológicos que existen de comprobación y verificación. En la actualidad, los temas abordados por los investigadores no han variado mucho (Ballantyne et al., 2009) y señalan que

las principales líneas siguen enfocadas a turistas o a estudios de visitantes, sobre destinos, acerca de planificación turística y de marketing, entre otros.

A inicios de los años noventa comenzaron los estudios enfocados en la ética (Lea, 1993; Holden, 2003 y Kalish, 2002) que mencionan el interés por parte de las empresas turísticas hacia los aspectos éticos, no obstante, la investigación sobre dicha relación es escasa y en especial, en relación a la responsabilidad social con aspectos filosóficos. Comúnmente la ética empleada en las empresas turísticas ha sido manejada como una ideología que pretende sobreponerse al modelo depredador y cambiarlo por uno sustentable, surgiendo de ello términos como la ética ambiental (Bernal, 2010) que incluyen la relación del ser humano con la naturaleza y la preservación de la misma, marcando la pauta para la creación de «nuevos» modelos de turismo como es el caso del “turismo responsable o sustentable” (Rivera y Rodríguez, 2012).

Por su parte, Instituciones como la Organización Mundial del Turismo (OMT), o el Programa de las Naciones Unidas (PONU) aluden a la sostenibilidad a través de iniciativas como lo son El Pacto Mundial de las Naciones Unidas con sus 10 Principios, el Código Ético Mundial para el Turismo (1999) y la Agenda 2030 en la que se enmarcan 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS dirigidos al gobierno, a las empresas, a las comunidades y a turistas. A pesar de que dichos documentos consideran la sociabilidad y las relaciones del ser humano en sus distintos roles asumidos en el encuentro turístico (visitante, anfitrión, servidor turístico, funcionario, administrador, etc.), una concepción integral de la ética en el turismo permitiría entenderla más allá de una simple responsabilidad administrativa, con el fin de redimensionarla como centro de atención de las acciones humanas y aquellos aspectos relacionados con el bien, la virtud, el deber, la felicidad y la vida realizada con equidad, con justicia, con un sentido emancipador de una humanidad alienada.

En el marco de la legislación vigente en cada Estado, cada continente con sus respectivos países regula de manera estructurada la actividad turística con altibajos. En el caso de Ecuador, en los últimos cuatro años, en el Boletín Mensual 2016-2017 se refleja la actividad turística como la tercera fuente de ingresos para la economía del país (MINTUR, 2017), con una inversión pública importante en la promoción de destinos que contribuyen a la RS con un impacto en el ámbito económico, cultural social y ambiental. Por lo que se considera realizar una medición de estos indicadores que permitan determinar el desarrollo sostenible de la actividad turística.

De ahí la importancia del estudio de la actividad turística en este país, desde la perspectiva de la RS en poblaciones que desenvuelven actividades ligadas al turismo comunitario para consolidarse como ciudades y comunidades sostenibles, a través de alianzas para lograr sus ODS tal como se recogen en la agenda 2030: objetivo 11. Ciudades y comunidades sostenibles y objetivo 17. Alianzas para lograr los objetivos.

1.3 Objetivos generales y específicos

El objetivo principal de esta tesis es analizar la Responsabilidad Social en el comportamiento de las comunidades que practican turismo comunitario en Ecuador, para establecer indicadores adecuados de organización y desarrollo local sostenible.

Asimismo, para lograr el objetivo principal, se han determinado los siguientes objetivos específicos:

- Profundizar en antecedentes, teorías, importancia y gestión de la práctica de responsabilidad social, así como en filosofías, teorías y experiencias que dan soporte a la lógica del turismo comunitario.

- Identificar los Centros Turísticos Comunitarios en Ecuador, su organización y desarrollo, para comprender como la responsabilidad social influye en su desarrollo local y sostenible.
- Comprender la actuación del Estado en el desarrollo de la responsabilidad social en el turismo comunitario de la provincia de Santa Elena.
- Analizar el modo mediante el cual las comunidades de turismo comunitario en la provincia de Santa Elena se desarrollan con respecto a la sostenibilidad del destino.

1.4 Relevancia, originalidad y contribución de la investigación

Considerando que los estudios realizados de la RSE en la actividad turística se han concentrado en grandes empresas de alojamiento y aerolíneas (Coles et al., 2013), son escasos los estudios realizados de RS en comunidades en las que se desarrolla el turismo comunitario, por lo tanto y en líneas generales este trabajo contribuye a un análisis de la Responsabilidad Social en el comportamiento de comunidades de estas características y concretamente en Ecuador. Por otra parte, otro aspecto que caracteriza la relevancia y originalidad de este trabajo radica en establecer indicadores de organización y desarrollo local sostenible adecuados para las comunidades rurales, por ello, a través de este trabajo, se busca relacionar la percepción de la RS construida por los emprendedores turísticos y su experiencia en el turismo comunitario con respecto a sus localidades. De este hecho surge la contribución de la presente investigación, dado que los indicadores de organización y de desarrollo local sostenible en comunidades locales no fueron localizados en la literatura.

De igual modo y a colación con el párrafo anterior, se estima que el comportamiento óptimo de la RS (en comunidades que practican turismo comunitario) se refleja a través de indicadores adecuados de organización,

llevados adelante por pequeños emprendedores, garantizando un desarrollo local sostenible de sus recursos naturales y culturales, como consecuencia del vínculo entre la responsabilidad social y las actividades de turismo comunitario que consideran la práctica de RS.

Otro aspecto relevante para este estudio, en relación a factores organizativos, fue la creación de una lista de indicadores adecuados para garantizar el desarrollo local y sostenible, considerándose como factores decisivos para aquellas comunidades rurales en las que tiene lugar el turismo comunitario, y se validaron los indicadores basados en la teoría revisada y los datos cualitativos recogidos. En esta línea, (Lemelin et al., 2015) afirman que (el uso de este tipo de herramientas incorporando elementos intangibles para un trabajo de estas características podría generar indicadores propios...), así este trabajo puede contribuir metodológicamente a nuevos estudios en esta área.

En cuanto a otro aspecto relevante y más concreto con respecto a la originalidad de esta investigación cabe señalar que su diseño metodológico se basa en un estudio con métodos mixtos (Soares, 2015) y poco explorado en estudios de turismo (Soares, 2015; Gabriel, 2016). Se trata de un trabajo de investigación multifacético, mediante el que se destaca la importancia de un impacto de evaluación de efecto social en turismo combinando análisis estadístico y de contenido (Domínguez-Gómez y Gonzáles-Gómez, 2017). El diseño de la herramienta utilizada para medir la escala, se empleó en la etapa cualitativa inicial para recoger las variables y teorías que serían medidas. Posteriormente se recogieron los datos cuantitativos y se corroboró la escala de medida mediante una variable cualitativa relacionada con la experiencia en acciones de responsabilidad social realizadas por los emprendedores turísticos.

Finalmente, el uso de la modelación de ecuaciones estructurales para buscar un conjunto de relaciones simultáneas a la hora de predecir una variable dependiente (responsabilidad social), permite que este trabajo contribuya a la

aplicación de una metodología hipotética deductiva. Asimismo, esta investigación consta de una creación inductiva de factores determinantes, proporcionando un aporte para el desarrollo sostenible.

1.5 Estructura de la tesis

El primer capítulo presenta la contextualización de la estrecha relación entre la responsabilidad social y las actividades en turismo de base comunitaria. El segundo capítulo presenta la teoría relacionada con la responsabilidad social y el turismo comunitario, en el cual se identifica una estrecha relación entre la responsabilidad social y las actividades en turismo de base comunitaria. Para ello se llevó a cabo una revisión de las distintas definiciones propuestas por académicos del campo de las organizaciones. Además, en este capítulo se tratará tanto la responsabilidad social como las acciones que se realizan en el turismo comunitario. A continuación, se presenta el tercer capítulo, que versa sobre la revisión teórica del turismo comunitario desde sus orígenes, su evolución, las experiencias que contempla, su desarrollo, las modalidades existentes, la oferta y la demanda turística, además de exponer en detalle los Centros de Turismo Comunitario localizados en Ecuador, específicamente en la provincia de Santa Elena.

En el cuarto capítulo se recoge la propuesta del diseño metodológico empleado en este trabajo: un método mixto, utilizando tanto la investigación cualitativa como la cuantitativa para lograr comprender el fenómeno, alcanzando de este modo los objetivos propuestos. En esta parte se presentan las técnicas empleadas, desde el proceso de lectura del marco teórico hasta la presentación de los resultados. Después de la metodología se establece el quinto capítulo en el que se detalla como el primer paso que se realizó fue la investigación cualitativa inicial, con el uso de métodos cualitativos, pasando por los preparativos y la aplicación de entrevistas cualitativas. Posteriormente, éstas

se examinaron a través del Análisis de Contenido, lo cual permitió conseguir un diseño objetivo de la herramienta aplicada para recoger datos en la parte cuantitativa del trabajo. Seguidamente, el sexto capítulo detalla cómo se aplicó el cuestionario a 321 emprendedores turísticos. De la misma manera este capítulo trata de cómo se llevó a cabo el análisis de los datos cuantitativos: examiándose los resultados con un análisis factorial (exploratorio y confirmatorio). El séptimo y último capítulo trata sobre las consideraciones finales, conclusiones y recomendaciones para futuras líneas de investigación.

Tabla 1. Estructura de la tesis.

CAPÍTULO I Introducción	
CAPÍTULO II La estrecha relación entre Responsabilidad social y las actividades en turismo de base comunitaria	Antecedentes Revisión Bibliográfica Organizaciones promotoras de responsabilidad social Responsabilidad Social en el mundo La Responsabilidad Social en los cinco continentes Un acercamiento a la RSE en Latinoamérica Turismo de base comunitaria
CAPÍTULO III Turismo Comunitario en Ecuador y experiencias locales	Orígenes y evolución Datos básicos experiencias de Turismo Comunitario en Ecuador Demanda turística en la provincia de Santa Elena Experiencias de desarrollo endógeno Construcción de las hipótesis de trabajo Diseño metodológico
CAPÍTULO IV Investigación cualitativa exploratoria	Técnica Proceso Presentación de resultados
CAPÍTULO V Investigación cuantitativa	Diseño de la herramienta Validación de la herramienta Recogida de datos
CAPÍTULO VI Presentación y discusión de los resultados	Perfil de emprendedores turísticos Análisis descriptivo Resultados del análisis del modelo Test de hipótesis
CAPÍTULO VII Conclusiones	Conclusiones, limitaciones y recomendaciones finales

Fuente: Elaboración propia.

PRIMERA PARTE:

LA ESTRECHA RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LAS ACTIVIDADES EN EL TURISMO DE BASE COMUNITARIA.

En esta primera etapa se hace una aproximación conceptual específica de la RS, detallando la estructura científica para la definición de la misma, describiendo y agrupando las diferentes definiciones propuestas por diversos stakeholders a nivel mundial (organizaciones internacionales, empresariales, organizaciones de la sociedad civil, aportaciones de académicos) hasta determinar la definición de RS adoptada en la presente investigación.



2. ANTECEDENTES, DIMENSIONES, CONCEPTUALIZACIÓN E IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Dentro de la literatura científica, Carroll (1999) sitúa los aportes de Bowen (1953) sobre las responsabilidades de los empresarios y de sus actuaciones respecto a los objetivos y las necesidades de los entornos sociales donde éstas se desarrollan, como punto de partida del constructo RSE con la publicación del libro *“Social Responsibilities of the Businessmen”* postulado por Carroll como el padre de la RSE.

Varios autores se identifican con esta postura generando un amplio debate sobre la naturaleza de la RSE (Carroll, 1979, 1999; Moir, 2001; Van Marrewijk, 2003), el cual se evidencia en las diferentes definiciones conceptuales propuestas. Entre ellas se encuentran las de Bowen (1953), Davis (1960, 1967, 1973), Frederick (1960), Sethi (1975), Jones (1980), Carroll (1983), Freeman y Reed (1983), Freeman y Liedtka (1991), Drucker (1984), Epstein (1987), Lerner y Fryxell (1988), (Angelidis e Ibrahim (1993), Brown y Dacin (1997), Enderle y Tavis (1998), Maignan, Ferrell y Hult (1999), Comisión Europea (2001, 2011), Van Marrewijk (2003), Basil y Weber (2006), Panwar et al. (2006) y la Guía ISO 26000 (2010).

No existe consenso sobre el término en que debe integrar las responsabilidades a las que debe hacer frente la organización en el desarrollo de sus actividades. De este modo, la Responsabilidad Social (RS) es también conocida como Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Según Fernández (2009), la distinción entre los términos anteriores radica fundamentalmente en el agente responsable, puesto que, en el caso de la RS, la responsabilidad es de todos (los ciudadanos, las

instituciones, las comunidades y las organizaciones sociales). En el caso de la RSE, la responsabilidad es de la empresa hacia los interesados en los negocios. Se trata de un comportamiento responsable hacia todos los grupos de interés que pueden estar involucrados en el desarrollo de la actividad de la organización, de tal forma que ésta persigue el equilibrio entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la sociedad global y de la comunidad local y el respeto por el medio ambiente. Por último, en la RSC se incluyen a las agencias gubernamentales y a otras organizaciones, entendida como una ampliación de la RSE.

El argumento válido para llegar a una definición se encuentra en un artículo escrito por Churchil (1979), quien menciona que el dominio de cualquier constructo es requisito fundamental para comprender y realizar aproximaciones adecuadas. Por ello, antes de elaborar una definición conceptual específica, es necesario identificar con precisión la o las dimensiones que lo conforman, por lo que es necesario discutir algunos puntos de referencia que se exponen a continuación. Autores como Lantos (2001) o Maignan y Ferrell (2003) mencionan que el trabajo de mayor aceptación y más utilizado en el campo de la investigación científica de la RSE ha sido el desarrollado por Carroll (1979), revisado en otras ocasiones, la más reciente en 1999. Algunos trabajos destacables sobre RSE utilizan su modelo y, además, ha sido utilizado en la literatura científica en numerosas investigaciones (Wartick y Cochran, 1985; Wood, 1991; Swanson, 1995; Burton y Hegarty, 1999; Maignan, Ferrell y Hult, 1999; García de los Salmones, 2005; Pérez et al., 2008).

Las dimensiones de la RSE según Carroll (1979; 1991; 1999) son cuatro: la económica (ser rentables), la legal (cumplir con la ley), la ética (ser éticos) y la filantrópica o discrecional (ser un buen ciudadano corporativo), las cuales están organizadas de manera sucesiva. De este modo, el concepto

de RSE muestra un alineamiento con la triple perspectiva de sostenibilidad, en el ámbito social, económico y ambiental (Bigné et al., 2005). A pesar de haber sido desarrollada para un nivel macro, revela su construcción en el nivel organizativo (Garriga y Melé, 2004), ya que, según este enfoque, la RSE es un reflejo de mayores expectativas de los inversores, los consumidores y los ciudadanos frente al crecimiento económico, la cohesión social y la protección del medio ambiente (Comisión Europea, 2001; Eberhard-Harribey, 2006).

Es evidente entonces que las dimensiones propuestas por Carroll no muestran directamente este triple enfoque del Desarrollo Sostenible (DS en adelante), debido a que sus estudios se han basado en las definiciones y opiniones exclusivamente de los directivos (Swaen et al., 2003). En la práctica, no está comprobado que dichas dimensiones reflejen de una manera apropiada las percepciones de todos los *stakeholders*, principalmente la de los consumidores o de los clientes (Maigan, 2001; Maigan y Ferrell, 2003). Esto genera distintos criterios en cuanto a la aplicación práctica de los estudios de Carroll en la gestión organizacional sostenible.

Considerando este antecedente se hace necesaria la construcción de una definición de RSE a partir del enfoque del DS. Por lo que para el presente estudio se cita a dos de las mayores iniciativas globales en materia de RSE que coinciden con esta afirmación: el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y la Guía ISO 26000. El pacto fue constituido como una decisión ciudadana corporativa a nivel mundial. Contó con 12.500 participantes (9.500 empresas y 3.000 organizaciones de la sociedad civil) de más de 168 países alrededor del mundo (Global Compact, 2017; 2018). Sus principales líneas de trabajo están compuestas por los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y la Agenda 2030 con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (Global Compact, 2019).

La Guía ISO 26000 sobre Responsabilidad Social de la Organización Internacional de Normalización fue elaborada por la mayor membresía y más amplia en términos de representación de las partes interesadas de cualquier grupo que se haya formado para desarrollar una norma ISO. Compuesta por 450 expertos, 210 observadores de 99 países miembros y 42 organizaciones participantes, que representaban los principales grupos de interés a nivel estatal, organizaciones no gubernamentales, de servicio, de apoyo, de investigación, de industria, de trabajo y de consumidores, entre otros (ISO, 2010).

De igual modo, en el ámbito académico, dos instituciones se unen al mismo consenso sobre RSE y DS. La primera es el Institute for Corporate Culture Affairs (ICCA) de Alemania, con gran reconocimiento académico por sus importantes publicaciones en RSE. El segundo es el Center for Creative Leadership de Greensboro de Estados Unidos. Se trata de una institución académica con una gran trayectoria internacional en liderazgo empresarial para el beneficio de la sociedad.

En cuanto al Pacto Mundial la RS, se debe concebir como el camino hacia la sostenibilidad empresarial, ya que se caracteriza actualmente por un conjunto de riesgos y oportunidades para la generación de valor a largo plazo, en aspectos sociales, ambientales, financieros y éticos. Lo cual conlleva a la empresa a operar siempre en términos responsables para construir confianza, capital social a la sociedad y en líneas generales para que pueda promover y contribuir al DS (Global Compact, 2018).

Por otro lado, la Norma ISO 26000 establece que las acciones y las metas generales de RS de las empresas deben ser conscientes con los intereses de la sociedad y con el DS. Las organizaciones de alrededor del mundo y sus stakeholders actualmente son más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable que, a su vez, pueda contribuir al DS como el objetivo primordial de la RS (ISO, 2010).

Por otra parte, en la última década se deben mencionar también dos investigaciones prestigiosas y reconocidas en el mundo académico, ya que incluyen artículos de más de 100 expertos de RSE en el mundo. En concreto, por una parte, *The ICCA Handbook on CSR* que se presenta como la primera base global de las Prácticas de RSE en las empresas más importantes del mundo y, por otra parte, de *A to Az of CSR* suponiendo el primer diccionario académico de RSE (Visser et al., 2007), en sus contribuciones determinan que la RSE es la forma de hacer negocio éticamente con el afán de lograr el DS, tanto en aspectos económicos, como sociales y ambientales.

Por último y siguiendo esta línea, *Corporate Social Responsibility and Sustainable Businesses, a Guide to Leadership Tasks and Functions* es uno de los trabajos más rigurosos y con una extensa revisión de literatura académica profesional/empresarial sobre RSE y liderazgo. Éste recoge un total de 211 documentos correspondientes a 10 años (2000-2009), que versan sobre las siguientes temáticas: Enfoques para la promoción y aplicación de la RS; RSE como modelo de negocio versus desarrollo; RSE identidad corporativa y ética; RS y rendición de cuentas; compromiso con los Stakeholders o asociación; líder, capacidad de liderazgo y competencias para la RSE y desafíos y limitaciones de la RSE (Peña, 2018).

Por parte de la academia, una explicación detallada y fundamental en las dimensiones (social, económica y ambiental) de la RS lo hace Atehortúa-Hurtado (2008). Su estudio concluye que lo económico hace énfasis en la generación de empleo y en la aportación que se produce en parte de los beneficios que la empresa recibe de la sociedad, en proyectos productivos visibles tanto para los actores de la empresa como de la sociedad. En lo social, se refiere a la ejecución de actividades de promoción del desarrollo entre las comunidades, respetando su cultura, su organización, promoviendo sus iniciativas, la equidad de género, la aplicación de prácticas éticas para con los

trabajadores y turistas. Y en lo ambiental, el uso racional de los recursos naturales, los recursos materiales, la energía, el agua, la biodiversidad, la promoción interna y externa de una cultura interesada en la prevención de la contaminación.

De acuerdo a los planteamientos del DS sobre RS, autores como Wempe y Kaptein (2002), Linnanen y Panapannan (2002) y Panwar et al. (2006) han fundamentado diversas definiciones de RS de acuerdo al *Triple Botton Line* desarrollado en 1994 por Elkington cofundador de la organización Sustain Ability Jhon, quien expone que las empresas pueden crear valor sostenible en el tiempo y lograr resultados integrales mediante acciones conjuntas dirigidas desde los ejes ambientales, sociales y económicos (Elkington, 2010).

Con este antecedente, queda claro que el constructo de RS debe fundamentarse en el modelo de DS (dentro de un marco ético, tal como se explicará en un próximo epígrafe). No obstante, autores como Lantos (2001) advierten que el concepto de RSE propiamente dicho ha sido considerado difuso varias veces y se ha evidenciado que en la práctica tiene un carácter contextual (Jones, 1980; Van Marrewijk, 2003; Kakabadse, Rozuel y Lee-Davies, 2005; Boxembaun, 2006). De ahí que la idea de consensuar una definición de RS que se ajuste a todas las situaciones y contextos está siendo abandonada (Van Marrewijk y Werre 2003; Kakabads; Rozuel y Lee-Davies, 2005; Boxembaun, 2006).

Por lo anteriormente expuesto se concluye que una sola definición de RSE aplicada a todos los contextos en primer lugar no existe. En segundo lugar, de existir, ésta entorpecería la operatividad del concepto, su dimensión e implementación (Driver, 2006), de modo que deberían aceptarse definiciones específicas, producto de investigaciones desde distintos enfoques (Ouggard y Nielsen, 2004; Kakabadse, Rozuel y Lee-Davies, 2005). Además, aplicadas a distintos contextos, desde las diferentes áreas de conocimiento, como de los

diversos sectores de la sociedad. No alejado de ello y como regla básica, el constructo de RS debe nacer del supuesto de que las Responsabilidades Sociales son universales para todas. Así mismo, los elementos básicos que constituyen dichas responsabilidades deben globalizarse (Robledo, 2004).

Considerando así que cualquier definición específica de RS debe estar enmarcada en el cumplimiento de los principios e intereses sociales universalmente aceptados, tales como los derechos humanos, los estándares laborales, el ambiente, el DS, la justicia y la organización, entre otros. De modo que la empresa y la comunidad tengan un protagonismo más directo con el bienestar y el desarrollo local. Y, además, contribuya a la construcción de un procedimiento más ético y responsable de los seres humanos en el mundo.

2.1 Una revisión de las definiciones de RS

El interés e importancia en el estudio científico de la RSE es evidente, García (2004) menciona que hay alrededor de 225 definiciones y numerosas iniciativas, ya sean públicas o privadas respecto al tema. En este caso como aportación al presente estudio y para una mejor comprensión se han seleccionado las 115 definiciones más influyentes a nivel mundial, tomando como punto de partida los trabajos de Friedman (1962) y seguido de Davis (1967), Manne y Wallich (1972), Carroll (1979, 1983, 1991, 1999), Lerner y Fryxell (1988), Wood (1991), Brown y Dacin (1997), Mohr et al., (2001), Correa et al. (2004), García (2004), Durán (2005), Solano (2006), Yépes et al. (2007), Alvarado (2008), Pérez (2011), Vives (2011).

Las definiciones se han dividido en dos grandes grupos. El primer grupo comprende 75 definiciones dadas por los académicos que han estudiado rigurosamente a la RSE (Tabla 2). El segundo grupo está formado con 40

definiciones dadas por diferentes stakeholders de la sociedad, específicamente organizaciones internacionales y de la sociedad civil, las cuales fueron tomadas directamente de sus páginas web (Tabla 7).

Tabla 2. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (1953-1968).

Autor (es)	Década	Definición RSE
Bowen (1953)	50's	Obligación de las personas de negocios a perseguir aquellas políticas, o líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad.
Davis (1960)	60's	Decisiones y acciones de las personas de negocios tomadas por razones que, están más allá los intereses económicos o técnicos de la empresa.
Frederick (1960)		Las personas de negocios deben supervisar un sistema económico que satisfaga las expectativas del público, empleando los medios de producción de forma tal que tanto la producción como la distribución mejoren el bienestar socioeconómico total.
Friedman (1962)		Uso de los recursos de la empresa e implicación en actividades diseñadas únicamente para incrementar sus utilidades, siempre que permanezca dentro de la competencia abierta y libre, sin decepción fraude.
McGuirre (1963)		Ir más allá tanto de los requerimientos sociales y económicos.
Davis (1967)		Responsabilidad que surge de la preocupación acerca de las consecuencias éticas de que los actos propios puedan afectar a los intereses de otros.
Davis y Blostrom (1968)		Obligación personal de considerar los efectos de las decisiones y actos dentro de un sistema social global.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

Las definiciones de RS propuestas por académicos se inician a partir de 1953 entendiéndose como aquellas actividades políticas o líneas de acción que las personas de negocios deben cumplir, en la década de los años 60'; las definiciones van en función de las decisiones y acciones de las personas de negocios tomadas por razones que, están más allá los intereses económicos o técnicos de la empresa. Así también el uso de los recursos e implicaciones de actividades de la empresa como obligación personal que se ha de considerar en los efectos que surjan de las decisiones de las empresas.

Tabla 3. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (1970-1988).

Autor (es)	Década	Definición RSE
Friedman (1970)	70's	Aumentar ganancias, utilizar sus recursos y participar en el diseño de actividades de RS.
Manne y Wallich (1972)		Acciones voluntarias.
Steiner (1972)		Actividades económicas, legales y voluntarias.
Davis (1973)		Consideración de la empresa de, y en respuesta a, aspectos que van más allá de los estrechos requerimientos de la empresa para lograr beneficios sociales junto con las ganancias que busca.
Eells y Wallton (1974)		Preocupación por el conjunto del sistema social.
Backman (1975)		Objetivos y motivaciones a los que se debería conceder importancia en la empresa.
Sethi (1975)		Llevar el conocimiento organizativo a un nivel en el cual sea congruente con las normas sociales, los valores y las expectativas de desempeño.
Davis (1976)		Respuesta de la empresa a problemas distintos de los tradicionales económicos, técnicos y legales de la empresa.
Fitch (1976)		Intento de solucionar los problemas sociales causados por parte o totalmente por la empresa.
Hay, Gray y Grates (1976)		Responsabilidad en una serie de ámbitos de interés social.
Drucker (1977)		Cumplimiento de las reclamaciones de la sociedad y los consumidores de la empresa.
Carroll (1979)		Conjunto de expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene sobre las organizaciones en un momento del tiempo determinado.
Jones (1980)	80's	Las corporaciones tienen una obligación, que debe ser voluntariamente adoptada, hacia los grupos constituyentes de una sociedad distinta a los tenedores de acciones, tales como clientes, proveedores y comunidades vecinas y más allá de la prescrita por la ley y el contrato sindical.
Donalson (1982)		Se trata de introducir, además de los beneficios, otros objetivos, como los morales en la estructura corporativa en la toma de decisiones.
Frederick (1983)		Obligación de actuar en busca del bien social, incluso si para ello la empresa ha de realizar actividades fuera de su ámbito de negocio, que puedan reducir sus beneficios económicos.
Freeman y Reed (1983)		Evidencia que las corporaciones están conectadas en redes de grupos (o individuos) de interés que puedan afectar al logro de los objetivos de la organización o que son afectados por el logro de los objetivos de la misma y deben equilibrar entre dichos grupos.
Drucker (1984)		Convertir un problema social en una oportunidad económica y el beneficio económico en capacidad productiva, en competencia humana, en trabajos bien remunerados, y en bienestar.
Andrews (1987)		Preocupación inteligente y objetiva por el bienestar de la sociedad que impide las actividades destructivas de los individuos y organizaciones, independientemente, de su rentabilidad, y que guía a la empresa a la realización de contribuciones positivas para el desarrollo humano.
Epstein (1987)		Trata parcialmente de que los resultados de las decisiones organizativas referentes a problemas, por algún estándar normativo tengan efectos positivos en los stakeholders corporativos.
Lerner y Fryxell (1988)		Medida en que los outputs organizativos son consistentes con los valores y las expectativas de la sociedad.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

En los años 70 y 80 las investigaciones se originan con los estudios de Friedman acerca del incremento de las ganancias. Va definiendo como acciones voluntarias que realizan las empresas, así como la participación en el diseño de las actividades de RS para lograr beneficios sociales junto con las ganancias que la empresa busca. De la misma manera se pone el foco de atención también en los objetivos y las motivaciones para lograr una organización congruente con las normas sociales, los valores de desempeño. De modo que, la actuación en busca del bien social genere así una evidencia de que las corporaciones están conectadas en redes de grupos (o individuos) de interés, para convertir un problema social en una oportunidad para el bienestar de la sociedad (Tabla 3).

Tabla 4. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (1991-2000).

Autor (es)	Década	Definición RSE
Wood (1991)	90's	Idea que se centra en que los negocios y la sociedad, más que ser entidades distintas se deben unos a otros, por lo tanto, la sociedad tiene ciertas expectativas respecto al comportamiento y los resultados apropiados de las empresas.
Carroll (1991)		Son las responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas de las empresas.
Drucker (1992)		Desempeño económico, ética empresarial.
Angelidis e Ibrahim (1993)		Acciones sociales corporativas cuyo propósito es satisfacer las necesidades sociales.
Robin, et al. (1996)		Comportamiento ético del turista, juicio ético, intención ética.
Brown y Dacin (1997)		Es el reflejo del estatus y las actividades de una compañía respecto a sus obligaciones sociales percibidas.
Murray y Vogel (1997)		Comportamiento voluntario que persigue el bienestar de otros sin una aparente probabilidad de beneficio inmediato para el benefactor.
Enderle y Tavis (1998)		Es la política y práctica de la implicación social de una corporación sobre y más allá de sus obligaciones legales en beneficio de la sociedad en su conjunto.
Hamel (1998)		Prácticas y ética empresarial.
Quijano (1998)		La RS como percepción del ser humano.
Maignan, Ferrell y Hult (1999)		Grado en que las empresas asumen sus responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales ante sus stakeholders.
Bass et al. (1999)		Comportamiento ético del turista, juicio e intención ética.
Boatright (2000)	2000	Adopción voluntaria de responsabilidades que van más allá de las responsabilidades meramente económicas y legales de las empresas.
Davidson y Griffin (2000)		Grupo de obligaciones que una organización tiene para proteger y promover a la sociedad en la cual funciona.
McWilliams y Siegel (2000)		Acciones que persiguen algún bien social más allá de los intereses de la empresa y los requerimientos legales.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

En los años 90 y 2000 (Tabla 4) las investigaciones presentan su aporte referente al comportamiento y los resultados apropiados de las empresas en

cuanto al desempeño económico y a la ética empresarial. A las expectativas que la sociedad tiene respecto al comportamiento y al juicio ético del turista, a las prácticas y a la ética empresarial en el cumplimiento de las responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas de la empresa como grupo de obligaciones que una organización tiene para proteger y promover a la sociedad.

Tabla 5. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (2001-2005).

Autor (es)	Década	Definición RSE
Kok et al. (2001)	2001-2005	Obligación de la empresa de usar sus recursos de manera beneficiosa para la sociedad a través de la participación como miembro comprometido de la misma.
Mohr, Webb y Harris (2001)		Compromiso de una empresa de minimizar un efecto negativo y maximizar su impacto positivo en la sociedad.
Ashley (2002)		RS de la organización con la sociedad
Schermerhom (2002)		Obligación de la organización para actuar en formas que sirven al interés propio y al interés de muchos stakeholders externos.
Smith (2003)		Conjunto de obligaciones de la empresa para con la sociedad o, más específicamente con los grupos de interés de la empresa.
Gibson-Graham (2003)		Cultivo de prácticas éticas en la formación de los individuos.
Valor y de la Cuesta (2003)		Reconocimiento e integración en la gestión y organización de las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de respeto de los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos.
Van Marrewijk (2003)		Actividades voluntarias inclusivas de preocupaciones sociales, ambientales y su relación con sus stakeholders en función de niveles de ambición de sostenibilidad.
Watson y Makay (2003)		Distintas formas en las que las empresas intentan integrar sus obligaciones sociales y medioambientales en sus actividades de negocios.
Smith y Duffy (2003)		La ética del turismo y el desarrollo
Maigan y Ferrell (2004)		Obligación de cumplir o mejorar las normas de los grupos de interés, definiendo comportamientos deseables de las empresas.
Kotler y Lee (2004)		compromiso comunitario
Durán (2005)		Pasión por su empresa por la responsabilidad económica, social y ambiental, derivada de la actividad que desempeña y de los productos o servicios que ofrece.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

A partir de los años 2001 al 2005 (Tabla 5), las obligaciones se enmarcan sobre el papel de las empresas de usar sus recursos de manera beneficiosa para la sociedad, a través de la participación, compromiso conjunto. Asimismo, se encuentran recogidas también las prácticas éticas en la formación de los individuos, el reconocimiento en la gestión y organización de los problemas sociales, así como se evidencian las distintas formas en las que las empresas intentan integrar sus obligaciones sociales y ambientales en sus actividades de negocio. Las actividades voluntarias inclusivas para un desarrollo sostenible a través de un compromiso comunitario.

Tabla 6. Definiciones propuestas desde la segunda mitad del siglo XX (2006-2016).

Autor (es)	Década	Definición RSE
Basil y Weber (2006)	2006-2016	Expectativas de que las empresas se comporten de forma benéfica para un grupo de stakeholders mayor que el de aquellos impactados directamente por sus servicios.
Panwar (2006)		Forma estratégica y proactiva de hacer negocio en un contexto específico con filosofía sinérgica. Para definir estrategias, con atención en aspectos económicos, ambientales y sociales.
Waldman et al. (2006)		Acciones corporativas que satisfacen las necesidades y objetivos de un grupo de interés identificable social amplio. Acciones que van más allá de los requerimientos sociales.
Jamali y Mirshak (2006)		RS total de una organización empresarial
Henderson (2007)		Filosofía y política para el beneficio de la economía, la sociedad y el ambiente que las compañías tienen responsabilidades que van más allá del comercio.
Visser et al. (2007)		Forma de hacer negocio éticamente, con el fin de lograr el DS, no solo en términos económicos sino en las esferas sociales y medioambientales.
Yepes, Peña y Sánchez (2007)		Cumplimiento de las obligaciones empresariales frente a principios que la sociedad ha establecido y sigue estableciendo como aspectos básicos de convivencia y desarrollo.
Tribe (2007)		La ética y la verdad del turismo
Siegel y Vitaliano (2007)		Tipo de actividades de RSE que maximizan los beneficios.
Alvarado (2008)		Incorpora preocupaciones sociales y ambientales de sus grupos de interés, minimicen daños y maximicen impactos beneficiosos de la empresa sobre la sociedad en el largo plazo.
Blackstock et al. Bramwell et al. (2008)		La ética y la responsabilidad moral
Theodori (2008)		Desarrollo comunitario
Bienkiewicz (2008)		Acciones estratégicas para la RS
Bondanowicz y Zientara (2008)		Actitud que adopta la empresa hacia sus stakeholders: trabajadores, clientes, la sociedad en general y las futuras generaciones.
Tepelus (2008)		Idea que utilizan para reconocer la responsabilidad de participar en forma positiva con sus interlocutores y la sociedad en general.
Argandoña y Hoivic (2009)		Concepto ético fundamentado en que las compañías son responsables de sus decisiones y resultados que producen esas decisiones.
Calveras y Ganuza (2009)		Maximización del beneficio empresarial basada en estrategia de cooperación con los distintos stakeholders de la empresa a largo plazo.
Srinivasan (2009)		Ideales morales y espirituales como ética, responsabilidad social, sostenibilidad.
Guédez (2010)		Permite a la empresa generar riqueza y dirigir acciones hacia las dimensiones de los derechos humanos, la sustentabilidad y el capital social.
Yasarata et al. (2010)		Promoción de la RS de forma individual por las empresas y/o en comunidad mediante prácticas sostenibles.
Pérez (2011)		Compromiso firme por minimizar o eliminar efectos negativos y maximizar impactos positivos derivados de su actitud en la sociedad.
Vives (2011)		Prácticas empresariales que contribuyen a la sostenibilidad global. Gestión de la empresa en prácticas responsables adaptadas al contexto empresarial y económico.
Puhakka (2011)		Elección ética de viaje
kliksberg (2012)		Políticas de personal que respeten sus derechos y favorezcan su desarrollo, transparencia y buen gobierno corporativo.
Jamal y Camargo (2014)		Problemas éticos en residentes locales
Chiappa et al. López-Sánchez y Pulido-Fernández (2016)		Conciencia del turista

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

La mayor cantidad de investigaciones se registra en los años que van del 2006 al 2016 (Tabla 6), donde se detectan acciones corporativas a través de estrategias y políticas específicas como la maximización del beneficio empresarial basada en estrategias de cooperación con los distintos stakeholders, con el propósito de alcanzar el desarrollo sostenible, cumpliendo obligaciones empresariales frente a principios que la sociedad ha establecido para un desarrollo comunitario a largo plazo.

La revisión bibliográfica realizada de 144 definiciones de RSE desde el año 1953 al 2016 permitieron profundizar en teorías sobre la gestión de la práctica de RS que realizan las corporaciones, las empresas y las comunidades a través de acciones voluntarias, obligaciones, prácticas responsables, dimensiones de responsabilidad (económica, legal, ética y filantrópica); así como los beneficios, los objetivos y las motivaciones con los distintos grupos de interés. Donde se destaca el compromiso de minimizar o eliminar los efectos negativos y maximizar los impactos positivos para lograr un desarrollo sostenible, a través de las prácticas empresariales, las actitudes, la conciencia, la ética y la moral de los empresarios, los turistas y los individuos de la sociedad en general.

Tabla 7. Definiciones de RSE propuestas en el Continente Europeo.

País	Nombre de la organización	Definiciones RSE
España	Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas (AECA)	Compromiso voluntario, desarrollo de la sociedad y de la preservación del ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia los individuos y grupos sociales con quien se interactúa.
	Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)	Conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos nacionales e internacionales, con los grupos de interés, impactos que la existencia, actividad y operación de las organizaciones producen en lo social, laboral, ambiental y de los derechos humanos.
	Club de Excelencia en Sostenibilidad	Son exigencias ético social y ambiental inherente a su actividad en su relación de participantes en la cadena de valor y que incluye, en sus valores corporativos, estrategias y operaciones.
	Forética	Asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidades derivadas de los efectos, de su actividad sobre el mercado y la sociedad, el ambiente y las condiciones de desarrollo humano.

País	Nombre de la organización	Definiciones RSE
	Foro de expertos en RSE	Obligaciones legales vigentes, es la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos de las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen con sus grupos de interés, responsabilizándose de los impactos que se derivan de sus acciones.
	Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES)	Es la necesaria contribución de las empresas al objetivo de alcanzar un desarrollo sostenible.
	Fundación ÉTNOR para la ética de los Negocios y las Organizaciones	Respuesta a las expectativas que la sociedad tiene depositadas en la empresa y que permiten legitimarla, se logra cuando asume los valores y pautas de comportamiento que la propia sociedad le marca.
	Observatorio de la RSC	Forma de dirigir las empresas basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, ambiente y sobre la sociedad en general.
	Observatorio de la RSE	Propone una idea de la empresa como institución con responsabilidades más allá de sus funciones, estrictamente económicas y de creación de riqueza y obligaciones legítimas que tiene hacia propietarios y accionistas.
Reino Unido	Business in The Community (BITC)	Compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella, cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera en contra de la sociedad.
	Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF)	Conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el medio ambiente.
	The Business Respect	Se refiere a como las empresas contribuyen al desarrollo económico mejorando al mismo tiempo la calidad de vida de los trabajadores y de sus familias, así como de la comunidad y de la sociedad en general.
Bélgica	Comisión Europea	Integración de las preocupaciones sociales, ambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica con el fin de maximizar la creación de valor compartido.
	European Foundation for Quality Management (EFQM)	Principios que las organizaciones reconocen y reflejan en sus acciones. Respeto a los derechos humanos, trato justo a trabajadores, clientes y proveedores; el ser un buen ciudadano corporativo en las comunidades.
Suiza	International Organization for Standardization (ISO)	Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones ocasionan en la sociedad y el ambiente mediante un comportamiento transparente que contribuya al DS, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, cumpla con la legislación aplicable.
	MHC International Ltd (MHCi)	Proceso para alcanzar el desarrollo sostenible en las sociedades, dicha definición fue propuesta por el reconocido Doctor en Economía Michael Hopkins, fundador y responsable de MHCi.
	Organización Internacional de Trabajo (OIT)	Manera en que las empresas toman en consideración las consecuencias que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen.
	World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)	Compromiso para contribuir al desarrollo económico, mejorando al mismo tiempo la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, comunidad y la sociedad.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

Las definiciones de RSE propuestas por 18 organizaciones internacionales (Tabla 7), empresariales y de la sociedad civil del continente europeo, siendo España el referente de las organizaciones que reúne el conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos nacionales e internacionales, con los grupos de interés, impactos que la existencia, actividad y operación de las organizaciones producen en lo social, laboral, ambiental y de los derechos humanos. Y en su conjunto como el proceso para alcanzar el desarrollo sostenible en las sociedades, a través del Compromiso para contribuir al desarrollo económico, mejorando al mismo tiempo la calidad de vida de los trabajadores y de sus familias, de la comunidad y de la sociedad.

Tabla 8. Definiciones de RSE propuestas en América del Norte.

País	Nombre de la organización	Definiciones RSE
Estados Unidos	Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	Visión sobre la empresa que concibe el respeto a valores éticos, personas, comunidades y medio ambiente como una estrategia integral que incrementa el valor añadido y, mejora la situación competitiva de la empresa.
	Banco Mundial (BM)	Compromiso para comportarse éticamente y para contribuir al desarrollo económico sustentable trabajando con todos los stakeholders, la agenda del desarrollo sustentable y la sociedad.
	Business for Social Responsibility (BSR)	Administración de un negocio de modo que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa.
	Center for Creative Leadership	Las organizaciones empresariales que asuman la responsabilidad de los impactos de sus operaciones en las sociedades y el entorno natural, y que se comprometan con la aplicación de principios de sostenibilidad a las formas en las que se realizan sus negocios.
	Glocal Compact / Pacto Mundial de Naciones Unidas	Es el camino hacia la sostenibilidad corporativa, es decir generar valor a largo plazo en términos financieros, sociales, ambientales y éticos.
México	Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (ALIARSE)	Compromiso consciente de cumplir integralmente con el propósito de la empresa, considerando y respondiendo a las expectativas económicas, sociales, humanas y medioambientales, tanto en lo interno como en lo externo.
	Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	Visión de negocio que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión mínima de las empresas.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

Las definiciones de RSE propuestas por 7 organizaciones internacionales, empresariales y de la sociedad civil de América del Norte (Tabla 8) se fundamentan en una visión sobre la empresa que concibe el respeto a valores

éticos, personales, comunes y medioambientales como una estrategia integral que incrementa el valor añadido y, mejora la situación competitiva de la empresa, a través del compromiso ético y administración de un negocio donde se asuma la responsabilidad de los impactos de sus operaciones en las sociedades y en el entorno natural.

Tabla 9. Definiciones de RSE propuestas en América Central.

País	Nombre de la organización	Definiciones RSE
El Salvador	Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS)	Forma de hacer negocios competitivos, permitiéndole a las empresas incorporar, políticas y prácticas en beneficio de los accionistas, los colaboradores, la comunidad, el medio ambiente, su cadena de valor.
Nicaragua	Integración Centroamericana por la RSE (INTEGRARSE)	Prácticas y políticas que establecen principios y valores que guían su conducta de negocios en los ámbitos laboral, comercial, ambiental y gubernamental. La base para llevar a cabo esta estrategia es que las organizaciones se comprometen a cumplir con códigos de ética.
Uruguay	Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial (DERES)	Responsabilidad de las empresas por sus impactos positivos y negativos en la sociedad.
Panamá	Forum Empresa - Red de RSE de las Américas	Nueva forma de hacer negocios, en la cual las compañías manejan sus operaciones de manera más responsable y sustentable con respecto a la economía, sociedad y ambiente.
Costa Rica	Fundación para el Desarrollo Sostenible de Latinoamérica (FUNDES)	Es hacer lo correcto, para ello las compañías deben ir más allá para analizar como sus acciones impactan en la amplia variedad de stakeholders.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

Las definiciones de RSE propuestas por 5 organizaciones internacionales, empresariales y de la sociedad civil del continente América Central (Tabla 9) se enfocan en la forma de hacer negocios competitivos a través de prácticas y políticas que establecen principios y valores que guían su conducta de negocios en los ámbitos laboral, comercial, ambiental y gubernamental, como una nueva forma de hacer negocios, en la cual las compañías manejan sus operaciones de manera más responsable y sustentable con respecto a la economía, la sociedad y el medio ambiente.

Tabla 10. Definiciones de RSE propuestas en América del Sur.

País	Nombre de la organización	Definiciones RSE
Colombia	Asociación Nacional de Empresarios (ANDI)	Respuesta que la empresa debe dar a las expectativas en los sectores con los cuales, ella tiene relación, en materia de desarrollo integral de sus trabajadores y la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse.
	Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE)	Capacidad de respuesta que tienen una empresa o una entidad, frente a sus efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con que se relaciona.
	Centro Internacional de Responsabilidad Social & Sostenibilidad RS	Conjunto de planteamientos o decisiones respecto a contribuir al desarrollo integral o bienestar de determinadas personas o grupos sociales.
	Escuela de Responsabilidad Social Empresarial (ERSE)	Herramienta generadora de valor y competitividad para las empresas. Relaciones de confianza entre empresarial, sociedad civil y el Estado, bases para el desarrollo humano y el establecimiento de sociedades.
	Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (INCONTEC)	Compromiso voluntario que asumen frente a las expectativas de desarrollo humano integral el cumplimiento de disposiciones legales, les permite a las organizaciones asegurar crecimiento económico, desarrollo social y equilibrio ecológico.
Ecuador	Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)	Instrumento de la gestión empresarial con una visión alternativa de negocios de la empresa, que considera el aspecto económico, social, ambiental y la relación que la empresa establece con sus grupos de interés.
Argentina	Instituto Argentino de RSE (IARSE)	Es la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo.
Brasil	Instituto ETHOS de Empresa y Responsabilidad Social	Forma de gestión relación ética y transparente con todos los públicos, se relacionan con el desarrollo sostenible de la sociedad, al preservar recursos ambientales y culturales para generaciones futuras.
Chile	Acción Empresas por un Desarrollo Sostenible	Visión de negocios que les permite integrar armónicamente el desarrollo económico con el respeto los valores éticos, los individuos, la comunidad, el ambiente, en toda su cadena de valor.
	Comisión Académica para América Latina y el Caribe (CEPAL). División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos	Forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, los individuos, las comunidades y el ambiente

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

Las definiciones de RSE propuestas por organizaciones internacionales, empresariales y de la sociedad civil de América del Sur (Tabla 10) se enfocan en la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo.

La conclusión final sobre este análisis concuerda con la posición de Carrigan y Attalla (2001), Vassilikopoulou et al. (2005) y Whitehouse (2006), en el sentido de que no existe una definición universal de RSE. Aunque conviene resaltar que existe una aproximación entre ellas ya que muchas de las

propuestas coinciden, al relacionar la RSE con la ética y la sostenibilidad de los negocios y con su compromiso empresarial hacia los intereses y preocupaciones de sus stakeholders (Panapanaan et al., 2003). Teniendo en cuenta toda la revisión anterior, se debe establecer la definición que se empleará para el presente trabajo de investigación.

De este modo y tras la recopilación de los conceptos sobre RSE presentados desde las diferentes perspectivas (de los *stakeholders* de la sociedad y con base en extensas reflexiones y el análisis sobre el tema), se plantea a continuación, como aportación al constructo de la RSE, la definición que se adoptará para el presente estudio. La selección se matiza en la rigurosidad académica del concepto y su aplicación práctica en la sociedad.

Bajo esta perspectiva, la RSE en primer lugar es un concepto ético (Argandoña y Silva, 2011). Se trata de un compromiso asumido por una organización para responder a las expectativas de la sociedad respecto a temas como la justicia laboral, el desarrollo sustentable, la calidad de vida y la promoción del bien común. Todo ello con el fin de lograr el DS, no solo en términos económicos sino en las esferas sociales y medioambientales. En este mismo contexto y en un sentido más amplio la RSE conduce a la sostenibilidad, por lo tanto, la ética es el fundamento que justifica a la misma.

Con respecto a ello se comprende que la ética se configura como el elemento esencial de la sostenibilidad [...] y si no somos capaces de reconocer el esencial fundamento ético de la sostenibilidad o si lo damos por sentado sin hacerlo explícito, ésta puede perder fácilmente su camino, y al final no puede ser justificable. Dicho esto, se pone en concordancia con el propósito de este trabajo que precisamente ha consistido en revisar los conceptos y en tener en cuenta que, sin referente ético, la “racionalidad” de lo sostenible, la lógica de la sostenibilidad, sería una sostenibilidad deshumanizada (Bañón et al., 2011). Cuando se debe tener presente que la sostenibilidad se muestra como un criterio

ético, como un punto central y conciliador, en estos términos será más fácil el logro del diálogo entre el resto de racionalidades: económica, social y ecológica (Bañón et al., 2011).

Se hace visible entonces que esta concepción ética de la RSE es el aspecto central de la misma y es por lo tanto la que permitirá la implementación de acciones de RSE, no como una simple imagen social publicitaria, sino como un elemento para establecer los indicadores adecuados de organización en la implementación de acciones concretas dentro de la organización/comunidad que permitan desarrollar su actividad turística de manera responsable de acuerdo a su contexto. Dicha aplicación práctica de la RSE debe fundamentarse, principalmente, en el enfoque del DS. Para ir desenredando este nudo pragmático de la RSE se debe pensar que este concepto se basa en la ética como disciplina filosófica, que investiga y educa sobre los procesos en la toma de decisiones en cuanto a hacer lo que es correcto dentro de la RSE. Y en este sentido, los valores éticos que la soportan deben considerarse como estados de conciencia que se van desarrollando progresivamente con el aprendizaje del ser humano/organización/comunidad, conformándose en la percepción interna de las personas para la toma de decisiones y el comportamiento ambos desde la ética (Abreu y Badii, 2007).

Tal como argumenta la Comisión Europea y la Fundación Étnor (2018), el pilar de la RSE se asienta sobre la concepción de la empresa/organización/comunidad que reconoce los criterios éticos del comportamiento, mediante los cuales se van adquiriendo hábitos, como un estilo propio de hacer las cosas, que parten de su libertad de pensamiento para actuar y tomar sus propias decisiones. Precisamente, la ética intenta orientar esta forma propia de hacer las cosas de una empresa/organización/comunidad, ayudando a que se vaya configurando una cultura de RSE. Lo que se persigue con esto es que la empresa/organización/comunidad pueda responder a las exigencias de los

diferentes grupos de interés que interactúan directa o indirectamente con ella. Resulta evidente entonces que este planteamiento es un resultado claro de una ética basada en la responsabilidad con los diferentes stakeholders (proveedores, propietarios, accionistas, clientes, empleados y sociedad) ya que la empresa/organización/comunidad, en sus acciones diarias, actúa y toma decisiones que involucran a los intereses legítimos de éstos y, por tanto, éstos han de ser incorporados a su gestión y correspondidos de forma positiva. Exactamente, la RSE trata de esto.

A colación con lo anterior, se añade una justificación adicional que refuerza el concepto ético de la RSE. Considerando la realidad económica que se produce con la crisis económica del 2008, momento en el que tiene lugar un análisis de los valores éticos, entendidos como un componente decisivo de la dinámica diaria en la actividad macroeconómica y política de la sociedad que permanecen a través del discurso y de la teoría repetitiva de “Los valores éticos de los empresarios y profesionales de una sociedad son parte fundamental de los activos productivos de esa sociedad” mencionado en El Premio Nobel de Economía (Amartya Sen, 1997).

Resulta relevante hacer referencia al pensamiento que gira entorno a la ética empresarial/profesional, en esta línea el Doctor Amartya Sen (1998), afirma que sus valores éticos constructivos para el pro desarrollo nacional, el pro crecimiento compartido, el pro justicia social, el pro progreso tecnológico, el pro reglas limpias de juego, el pro transparencia en el manejo de la gestión pública y de la gestión privada y son parte fundamental de los activos productivos de esa sociedad.

En este sentido según el mismo autor Amartya Sen (1998) menciona, la comunidad económica ortodoxa tuvo que aceptar su accionar se disolvieron en términos de los valores éticos predominantes en los líderes empresariales, debido a que se desataron una serie de situaciones económicas muy difíciles

para el planeta. De acuerdo con Kliksberg (2012a) la investigación del Congreso de Estados Unidos sobre las causas de la crisis de los años 2008 y 2009 terminó concluyendo que los vacíos éticos de los líderes financieros y de la cultura corporativa fueron la causa central que derivó hacia “la codicia, la estupidez y la soberbia”.

En la misma línea de Kliksberg (2012a) para el progreso económico y social, el capital social tiene, además, como lo detectó Hirschman (1997) como una única forma de capital que no disminuye o se agota con su uso, sino que, por el contrario, el mismo la hace crecer. El capital social tiene además una virtud muy especial: es la única forma de capital donde los activos productivos clásicos como las maquinarias, la infraestructura, los edificios, se consumen con su uso. En cambio, cuanto más se activa la confianza, la asociatividad, el compromiso de servicio, más aumentan (Hirschman, 2015).

Según Hirschman (2015), en diversas sociedades avanzadas de nuestro tiempo el capital social está en el centro de los éxitos productivos y económicos, que interactúan de manera positiva consiguiendo beneficios con otros capitales. Cuando se consigue un alto nivel de capital social se ve reflejado en la sociedad en factores determinantes para un desarrollo, tales como estabilidad política y macroeconómica, incentivos para la productividad y la innovación, énfasis en la educación, transparencia, erradicación de prácticas corruptas y crecimiento del trabajo voluntario. Por el contrario, un bajo capital social como el que se produce en algunos países latinoamericanos se traduce en sociedades que presentan altos niveles de desconfianza, con poca participación y una baja conciencia cívica, suponiendo el talón de Aquiles para el progreso económico y social de los países en los que tiene lugar.

Con todo ello, la RSE debe partir de la buena conducta de los empresarios, los líderes o los representantes, respaldándose en su ética del comportamiento a través de sus acciones, convirtiéndose en una necesidad, un

requerimiento, una exigencia de todos los *stakeholders* de la sociedad. Todo ello debido a las consecuencias de las prácticas irresponsables de grupos de empresarios (sector financiero, turístico) que han complicado el futuro de varios segmentos de la población, entre los que se encuentran aquéllos que han perdido sus ahorros familiares, sus ahorros para la jubilación, sus casas, sus empleos y causando, de manera general, unos daños irreversibles en la economía, información que recoge el estudio de Stets y Carter (2012).

Desde el punto de vista práctico de la evolución de la RSE, la definición adaptada para la presente investigación emana de los principios e intereses sociales universalmente aceptados, tales como los derechos humanos, los estándares laborales y los medios ambientales, el DS, la equidad y la justicia, de modo que la empresa, organización o comunidad tenga una implicación más directa con el bienestar y el desarrollo de la sociedad. Ya descrito en un epígrafe anterior, el constructo de la RSE debe fundamentarse en el modelo del DS, así como también se ha evidenciado la importancia de la ética como base fundamental de la RSE. Por lo cual, resulta importante destacar que la RSE tendrá mejores resultados prácticos, si presenta como fundamento principal la ética y una visión integral a corto, medio y a largo plazo del DS.

Para la Comisión Europea (2001), la RSE se entiende como la integración voluntaria por parte de las empresas para trabajar en pro de problemas sociales y medio ambientales en concordancia con sus operaciones comerciales y su relación con la sociedad. Además, señala que ser socialmente responsable no implica únicamente cumplir con las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en capital humano, en el entorno y en las relaciones con los grupos de interés. En base a este argumento, se considera que la RSE se fundamenta en tres aspectos principales: a) Voluntad, b) Identidad y sostenibilidad y, c) Relación con los grupos de interés. En ninguno de estos aspectos se plantea el cumplimiento de las normas

como un factor inherente a la RSE, constituyendo éstas tan sólo algunas de las acciones que deben implementar las organizaciones. En este sentido, las acciones de responsabilidad social no deben girar en torno al cumplimiento de una obligación normativa, sino que deben ser parte del accionar diario de la empresa, organización o comunidad.

La voluntad debe partir del interés particular que tiene la empresa por emprender acciones en pro del entorno social y ambiental en el que está inmersa. El principio de identidad y sostenibilidad indica el compromiso que tiene la empresa con la intención de alinear su crecimiento económico con la sostenibilidad ambiental, lo que se denomina «desarrollo sostenible». En este sentido, la RSE se enfoca en el bienestar de todos sus grupos de interés: clientes, accionistas, proveedores, empleados, como parte integral de la misma. Comisión Europea (2001). Por su parte, Rincón et al. (2017:48) señalan que “la responsabilidad social supone una función dentro de la gestión y del desarrollo de las organizaciones, amparada en el estado de consciencia colectivo, para el impulso de acciones de sensibilidad social, económica y medioambiental”.

Sin duda alguna, la RSE, bajo el paraguas de la ética y el DS, debería consituir el camino a seguir por las empresas, organizaciones o comunidades, debido a que lograría una mayor y mejor contribución a la construcción de una sociedad más humana, más justa. Asimismo, la definición de RSE adaptada para el presente estudio es la siguiente:

La Responsabilidad Social es una estrategia de vida y también una ética de la cual es necesario “...asumir la responsabilidad social como el locus para desarrollar y ejercer la integridad ética, la formación para el entendimiento social, la sensibilidad estética, la idoneidad profesional, la solidaridad social y la conciencia ambiental” (Quijano, 1998: 172).

Lo anterior se cristaliza cuando los principios y los valores éticos que sustentan la responsabilidad social integran el gobierno, el sistema se encuentra

en sintonía con las empresas a través de sus procesos y estrategias. De la misma forma, se hace eficaz cuando hay un valor compartido entre la empresa, la organización o la comunidad y la sociedad en un sentido vasto. O, por lo menos, cuando comparten el valor creado con la sociedad, en la medida de sus posibilidades. Finalmente, se debe aclarar que en cualquiera de los dos casos la vigencia del resultado de la implementación de la RSE, será visible cuando sus acciones contribuyan, de manera acertada, “a la reducción de la pobreza y al desarrollo humano y sostenible de la sociedad” (Peña, 2018).

2.2 Organizaciones promotoras de la responsabilidad social

Para el objetivo de la presente tesis es importante citar las principales organizaciones que procuran llevar el concepto de RSE de la teoría a la práctica (Tabla 11). Por lo que a continuación se presenta un listado de las principales organizaciones internacionales, empresariales y académicas de la sociedad, que desde sus distintas actividades se dedican a la promoción de la RSE a nivel mundial. Asimismo, cabe mencionar el aumento paulatino del número de instituciones que se van incluyendo en el mismo tema.

Tabla 11. Organizaciones promotoras de RSE en el Continente Europeo.

País	Organización	Ámbito
Reino Unido	AccountAbility-The Institute of Social and Ethical AccountAbility	Ha desarrollado la norma AA1000 auditable RSE, con el propósito de promocionar pautas para medir la relación con los grupos de interés en todas las acciones que realiza la empresa.
	Ethical Investment Research Services (EIRIS)	Especializada en análisis ambiental y social de empresas, lleva adelante el rating RSE precio a la incorporación de compañías a la FTSE4 Good Index Series.
	Pince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF)	Promociona y trabaja en la ciudadanía corporativa y cuenta con el respaldo de las instituciones más prestigiosas del Estado.
	The Business respect	Produce y divulga contenidos del país a través de la web, tiene como objetivo sensibilizar al mundo en RSE vía noticias, eventos, trabajos y otros recursos de calidad, creado en el 2001 es la publicación de noticias online más antigua y leída en el mundo sobre RSE.
Francia	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)	Los países miembros de la organización han firmado líneas de actuación conjunta de RSE dirigidas a empresas multinacionales que se han convertido en referencia para el debate del desarrollo de la RSE.

País	Organización	Ámbito
Suiza	Organización Internacional del Trabajo (OIT)	Contiene una serie importante de convenios y recomendaciones encargados de defender los derechos de los trabajadores. Un ejemplo es la "Declaración Tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social"
	World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)	Creado en 1995, tiene como misión liderar y promover acciones empresariales que contribuyan al DS de la sociedad. Es el más importante y reconocido a nivel global.
Bélgica	CSR Europe	Red internacional de empresas que lidera la acción de la RSE en Europa con más de 2000 empresas a cargo, apoyada y patrocinada por la Comisión Europea.
	European Foundation for Quality Management (EFQM)	Fundación que promueve la excelencia y la calidad en la gestión empresarial en toda Europa. Su publicación más importante de RSE es The EFQM Framework For CSR.
Holanda	Global Reporting Initiative (GRI)	Su iniciativa es crear un estándar mundial de uso voluntario para la elaboración de informes de sostenibilidad de la triple línea con base en el ámbito de las organizaciones, en la última década ha crecido exponencialmente.
España	Asociación de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)	Institución emisora de Principios y Normas de Contabilidad generalmente aceptados, tiene estudios sobre buenas prácticas en gestión empresarial.
	Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)	Entidad privada sin fines lucrativos, creada en 1986, documento RS 10- Sistema de Gestión de la RSE, que contiene los requisitos para implementarlo, el mismo que es certificable y compatible con otros sistemas de gestión.
	Club de Excelencia en Sostenibilidad	Conformada por empresas que lideran el crecimiento sostenible desde el ámbito económico, social y ambiental con el objetivo de diálogo con stakeholders, plataforma de benchmarking en DS ejemplo de buenas prácticas en RC.
	Forética	Asociación líder en España que tiene como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la RSE, aportando a las organizaciones de conocimiento y herramientas válidas para desarrollar un modelo de negocio competitivo y sostenible exitoso.
	Foro de Expertos en RSE	Creado en 2005 por iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales del Gobierno Español, es un foro de debate de RSE, donde participan representantes de varios Ministerios, expertos empresariales, organizaciones civiles y universidades.
	Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES)	Independiente y sin fines de lucro trabaja a favor del DS en las dimensiones: económico, ambiental y social en España y América Latina forma parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde el año 2003.
	Fundación ÉTNOR para la ética de los Negocios y las Organizaciones	Creada en 1991 con el propósito de promover el reconocimiento, la difusión y el respeto de los valores éticos implícitos en la actividad económica y en la calidad de las organizaciones e instituciones públicas y privadas.
	Observatorio de la RSC	Creada en 2004 como una Red de cooperación e investigación como base de pensamiento en la que recibe iniciativas puestas en práctica por organizaciones de manera independiente, su fin es potenciar la RSE en la sociedad española.
	Observatorio de la RSE	Foro de debate multidisciplinar en el que confluyen opciones, opiniones, e información verídica sobre políticas y prácticas de RSE en España.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

En el Continente Europeo, España reúne a la mayor concentración de organizaciones (Tabla 11), donde se han diseñado normas con el propósito de promocionar pautas para medir la relación con los grupos de interés en todas las

acciones que realiza la empresa, con el fin de lograr un estándar para empresas que lideran el crecimiento sostenible desde el ámbito económico, social y ambiental.

Tabla 12. Organizaciones promotoras de RSE en América del Norte.

País	Organización	Ámbito
Canadá	Greenpeace International	Creada en 1971, para este organismo es inaceptable que las empresas busquen maximizar sus ganancias a costa del bienestar de las poblaciones y el ambiente. Se publicó en el 2009 "Los nuevos conquistadores Multinacionales españolas en América Latina, impactos económicos, ambientales y sociales"
	Corporate Knights	Revista canadiense que realiza la Global 100, lista de las 100 corporaciones mundiales más sostenibles del mundo que se anuncia anualmente durante la celebración del Foro Económico Mundial de Davos, Suiza.
Estados Unidos	Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	Creada en 1959, para contribuir al desarrollo económico, social e institucional sostenible en América Latina y en el Caribe. Asiste a sus clientes en el diseño de proyectos, con asistencia financiera y técnica. Hoy en día se destacan las conferencias interamericanas sobre RSE.
	Banco Mundial (BM)	Considerada fuente de asistencia financiera y técnica para los países en desarrollo del mundo. Está compuesta por 184 países y está formada por dos instituciones de desarrollo: El Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) y la Asociación Internacional del Fomento (AIF), promueve la inversión extranjera directa en países en vías de desarrollo.
	Business for Social Responsibility (BSR)	Es una iniciativa empresarial cuya labor es la difusión mundial de la RSE, facilita cantidades suficientes de información y publicaciones de RSE.
	Center For Creative Leadership	Institución Educativa Internacional sin ánimo de lucro, creada en 1970 para avanzar en el conocimiento, la práctica y el desarrollo del liderazgo en beneficio de la sociedad mundial.
	Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)	Creada en 1987 sin ánimo de lucro, "Los CERES Principales" son estándares sobre empresa y DS generalmente aceptados y comparados, una lista de diez principios con mayor énfasis en la preocupación ambiental.
	Corporate Social Responsibility Initiative (CSRI), John F. Kennedy School of Government, Harvard University	Promueve la RSE mediante la formación y la investigación en temas emergentes en RSE y la comunicación permanente entre empresarios, gobierno, sociedad civil, academia y prensa, fue creada en 2004.
	Dow Jones Sustainability Index (DJSI)	Aporta un índice que integra a las empresas con las mejores prácticas de RSE dentro de sus respectivas industrias. La evaluación se basa en la cooperación de los índices Dow Jones, STOXX Limited y SAM.
	Global Compact I Pacto Mundial de Naciones Unidas	Iniciativa global voluntaria, con diez principios universalmente aceptados en cuatro ejes: derechos humanos, estándares laborales, ambiente y anticorrupción, es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo, con el fin de llegar a la legitimación social de las corporaciones y de los mercados.
	Social Accountability International (SAI)	Desarrolló la Norma SA8000, la más conocida mundialmente para auditar la RSE, contiene principios y requerimientos básicos para compañías que aspiren a ser socialmente responsables, sobre los estándares laborales.
México	Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (ALIARSE)	Creada en 2001 comprometida e interesada en promover la RSE en México.
	Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	Organización empresarial que difunde un enfoque de la RSE centrado en la acción social y en la inversión en la comunidad.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

En el continente de América del Norte, la mayor concentración se encuentra en Estados Unidos (Tabla 12), donde las organizaciones fueron creadas a partir de la década de los 70 para contribuir al desarrollo económico, social e institucional sostenible en América Latina y en el Caribe, con el principal propósito de promover la RSE mediante la formación e investigación en temas emergentes de la RSE y la comunicación permanente entre empresarios, gobierno, sociedad civil, academia y prensa.

Tabla 13. Organizaciones promotoras de RSE en América Central.

País	Organización	Ámbito
Uruguay	Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial (DERES)	Asociación empresarial que trabaja para instalar y desarrollar el concepto de RSE en Uruguay.
El Salvador	Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS)	Creada por un grupo de empresarios en los años 2000, tienen como objetivo contribuir al desarrollo social y económico sostenible, promueve la cultura de RSE y el emprendedurismo en el país.
Costa Rica	Fundación para el Desarrollo Sostenible de Latinoamérica (FUNDES)	Firma de consultoría, promueve el desarrollo competitivo de la micro, pequeña y mediana empresa (Mypymes) en América Latina. Se especializa en desarrollar programas para corporaciones y gobiernos que persiguen generar eficacia, rentabilidad, bienestar e innovación.
Panamá	Integración Centroamericana para la RSE (INTEGRARSE)	Red creada en 2003 por seis organizaciones centroamericanas que han asumido el compromiso de incorporar la RSE, como una forma de gestión de negocios en cada uno de sus países.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

En la Tabla 13 se encuentran las organizaciones promotoras de RSE del continente de América Central. Fueron creadas a partir de las primeras décadas del siglo XXI, su objetivo fue contribuir al desarrollo social y económico sostenible del continente. Promueven el desarrollo competitivo de la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. Se especializa en desarrollar programas para corporaciones y gobiernos que persiguen generar eficacia, rentabilidad, bienestar e innovación.

Tabla 14. Organizaciones promotoras de RSE en América del Sur.

País	Organización	Ámbito
Colombia	Asociación Nacional de Empresarios (ANDI)	Gremio sin ánimo de lucro, tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa.
	Centro Colombiano de Responsabilidad Social (CCRE)	Organización no gubernamental, sin ánimo de lucro, dedicada a la divulgación, promoción, investigación, asesoría de empresas en temas relacionados con RSE y ética empresarial, con ello busca agregar valor y optimizar la gestión en las empresas y en las organizaciones.
	Centro Internacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad RS	Creada para facilitar alianzas, sinergias y oportunidades a través de la gestión del conocimiento y la promoción de la cultura de RSE y sostenibilidad, sus aportaciones son la revista RS especializada en RSE y el Premio Nacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad, PNRS.
	Escuela de Responsabilidad Social Empresarial (ERSE)	Iniciativa Interinstitucional liderada por la Universidad de los Andes (Emprendimientos Sociales, IESO), cuyo objetivo es fomentar una cultura de RSE en los pequeños y medianos empresarios que ayude a mejorar la competitividad de sus negocios.
Ecuador	Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)	Red integrada por empresas y fundaciones empresariales de Ecuador, promueve el concepto y mejores Prácticas de RSE con enfoque al negocio al núcleo de la empresa como proyección de una sociedad más justa y sostenible.
Argentina	Instituto Argentino de RS E (AIRSE)	Creada en el año 2002, miembro de la Red Argentina del Pacto Global y fue integrante del Comité Espejo Nacional para la elaboración de la ISO 26000 de RS, en el sector ONG.
Chile	Acción RSE	Organización sin fines de lucro, creada en el año 2000 que agrupa a empresas socias que trabajan por la RSE y el DS en Chile. Cuenta con el respaldo de la Fundación Avina Chile, está asociada a Forum Empresa.
	Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL)	Creada en 1948, con el fin de contribuir al desarrollo económico de América Latina coordina, promueve y refuerza las relaciones económicas de los países entre sí y demás países del mundo, el objetivo es promover el desarrollo social.
	Forum Empres- Red de RSE de las Américas	Su misión es articular y fortalecer a las organizaciones miembros de la región, su objetivo es fomentar la RSE en sus países para favorecer la interacción y el intercambio.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura.

La Tabla 14 presenta las organizaciones promotoras de RSE a nivel Internacional, empresarial, académico y sociedad civil en el Continente América del Sur. Se crearon en su mayoría sin fines de lucro, con el fin de generar divulgación, promoción, investigación, asesoría de empresas en temas relacionados con RSE y ética empresarial, con ello busca agregar valor y optimizar la gestión en las empresas y en las organizaciones. De esta manera, una vez expuestas las diferentes iniciativas, instrumentos y promotores para la puesta en práctica de la RSE en el mundo, en los siguientes párrafos se muestra una revisión acerca de la forma en la que se ha interpretado este concepto en la práctica.

2.3 Responsabilidad social en el mundo. Diversas prácticas

Hace más de 30 años Votaw y Sethi (1973) definieron la RSE como un término brillante, que tiene un significado de algo, pero no es lo mismo para todos, de ahí que el interés por la RSE se ha mantenido vigente a pesar de la complejidad práctica de su interpretación. En la actualidad es indiscutible que muchos estudiosos de la RSE, siguen apoyando esta corriente. Así tenemos a De la Cuesta (2002) citada por Robledo (2004), que establece que la RSE depende de las demandas concretas de la sociedad y esto, a su vez, presume llevar la conducta empresarial a un nivel conveniente con las normas, valores sociales y las expectativas que prevalecen en un momento dado. De acuerdo con Welford et al. (2007) citados en Guedéz (2010), la forma de entender y aplicar la RSE varía de comunidad a comunidad (empresas e industrias) a través del tiempo y el espacio, un ejemplo visible en el mundo son sus diferencias entre países.

Es decir, en países desarrollados como Estados Unidos, Japón, Suiza y Reino Unido dichas diferencias han sido ampliamente debatidas, sin embargo, en países en desarrollo como los latinoamericanos, los caribeños y los africanos es urgente realizar trabajos académicos sobre todo desde la práctica, a pesar de que se reporta que recibe mayor atención, (Mohan, 2007 citado por Guedéz 2010). Otro estudio, revela que por más que se concreten las definiciones de RSE, éstas no pueden ser de cobertura mundial, y válidas en todos los contextos, para todas las empresas, sino al contrario en cada caso cada una debería implementarla de acuerdo a sus fines (Vives, 2012).

Por otra parte, la revisión conceptual de la RSE, realizada en un epígrafe anterior, muestra la naturaleza universal del concepto y las investigaciones empíricas de varios trabajos que se aplica de diversas formas en función de los distintos contextos ya sean sociales, económicos, culturales, legales y políticos.

Gjøllberg (2009), comenta que a pesar de la definición propuesta por (Carroll, 1991) sea la más citada, no se puede aplicar en el ámbito de los proyectos relacionados con la medición de la misma a nivel de índices comparables por países. Como se menciona esta definición no le fue útil a Gjøllberg (2009) para desarrollar su propuesta relacionada con la creación de un índice de prácticas de RSE y rendimiento de la misma a nivel nacional, como un estudio empírico en 20 países mencionando lo siguiente:

Aunque es fácil disponer de los datos económicos, apenas podrán separarse las empresas responsables de las irresponsables. La dimensión legal supone un problema, considerando que las definiciones más actuales de RSE enfatizan la naturaleza voluntaria de la RSE, como las promovidas por la Comisión de la UE, el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, la Cámara de Comercio Internacional y el UN Global Compact. Ni tampoco es de ayuda desde el punto de vista de la dimensión ética, además de que su ética no se ha especificado (Clarkson, 1995). Se podría argumentar que el aspecto ético cubre el aspecto voluntario referido a lo anterior, por ejemplo, las acciones más allá de las que la ley exige. Aun así, esto no puede servir como definición operativa dentro de un proyecto comparativo debido al simple hecho de que los marcos legales relevantes difieren entre los 20 países del análisis. [...] Finalmente, la dimensión filantrópica es, además, problemática, y entra dentro de la denominada “división transatlántica” de RSE (Elkington, 2004): el discurso americano de la RSE y las prácticas están muy influidas por la tradición de Estados Unidos de filantropía empresarial. El discurso europeo sobre RSE se ha centrado más en la integración de la RSE dentro de la dirección estratégica de la empresa, tal y como se subraya por ejemplo en la definición de la UE (2001) de la RSE (Gjøllberg, 2009, p.8).

Las apreciaciones anteriores muestran que analizar la forma en la que se interpreta y se aplica la RSE en los cinco continentes es relevante para la presente investigación, lo que se detalla a continuación a partir de las contribuciones de Guédez (2010), cuyo trabajo es de suma relevancia en el tema.

2.4 La responsabilidad social en los cinco continentes

En el contexto del continente asiático, varios aspectos de la RSE se encuentran menos desarrollados que en los países industrializados de occidente, especialmente aquellos que conciernen a las prácticas laborales y a los empleados, la diversidad, la interacción con las comunidades locales y las iniciativas para la protección y la conservación del ambiente. Pese a ello, se le presta notable atención a la implementación de códigos de conducta (Doane, 2005) que monitorean las operaciones y actividades desarrolladas en las fábricas, principalmente en aquellas que actúan como proveedores dentro de la cadena de suministros de marcas reconocidas.

Pese a una serie de importantes escándalos suscitados en años anteriores, las operaciones de los proveedores se verifican a través de auditorías, aunque la tendencia actual busca crear relaciones estables y valores compartidos y asesoramiento continuo, en lugar de inspecciones que no son efectivas y superan el gasto económico. De este modo, la RSE en Asia se concibe como una herramienta para la empresa, así como también para las autoridades locales, quienes ven en ella una vía para promover buenas prácticas en el sector privado. Dicha visión ha logrado suscitar el interés para establecer estándares de RSE adaptados a la región, con énfasis en los debates por la libertad de asociaciones, la discriminación, la conformación de sindicatos, la migración de trabajadores, el trabajo, el trabajo infantil y la seguridad, entre otros (Peña, 2018).

En esta línea, los mayores retos que la región presenta se concentran en la creación de estándares laborales aceptables en las fábricas implantando salarios justos, normas de seguridad industrial, protección de los derechos de los trabajadores, resolución de conflictos y cuidado de la salud. La postura del Gobierno belga se muestra útil como garante de la eficacia de la “etiqueta social”, debido a que los criterios que adopta son internacionalmente aceptados, ya que existen medios y normas que permiten su certificación

especialmente en Asia, donde se ha incrementado notablemente el interés de las empresas por el establecimiento de códigos de conducta y por la acreditación de acuerdo a la norma SA8000, al incluir este estándar a los requisitos exigidos para la obtención del sello social (Chumaceiro, 2016).

Durante años, en el continente africano las empresas han estado intensamente involucradas en la vida de las comunidades y esta relación empresa-comunidad ha generado amplios resultados positivos como el desarrollo de buenas prácticas de inversión social, adicional a ello resulta evidente que se ha creado una fuerte relación de dependencia, sobre todo cuando la comunidad es absorbida como proveedor de recursos humanos para la empresa. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas ha sido presentado en este continente como apoyo gubernamental. Pues este continente ha sido visto como el conjunto de países más vulnerables a nivel mundial y los debates se centran, principalmente, en mejorar las condiciones laborales, los derechos humanos (particularmente en los relacionados con el trabajo infantil en las granjas), la seguridad laboral (en las minas), prevención y disminución del VIH/SIDA, la malaria y el tratamiento de aguas contaminadas, así como con la disminución de la pobreza en las comunidades, la corrupción y el aumento en la confianza en las empresas y también, en la necesidad de esta lucha para la propia viabilidad de la actividad empresarial (Chumaceiro, 2013).

Se presenta como una realidad el hecho de que en la última década se ha prestado atención a la RSE, y que esto ha generado un pequeño impacto en las empresas africanas. De ahí la necesidad de incorporarse a la nueva tendencia consistente en la integración de los gobiernos y del sector de las ONG, en el desarrollo de mercados potenciales a través de la inversión social, como por ejemplo la telefonía móvil y los productos bancarios para los pobres. Desde el año 2004 se lanzó oficialmente la iniciativa para contribuir al crecimiento sostenible del país, dando apoyo gubernamental a la constitución de foros de

aprendizaje y a la colaboración entre el sector público y privado en materia de desarrollo sostenible (Chumaceiro, 2013).

En Oceanía la RSE se considera reciente por la historia moderna, pese a ello, se evidencia un desarrollo fuerte de asociaciones con las comunidades indígenas y alianzas estratégicas intersectoriales a largo plazo. Esta práctica ha contribuido a la conformación de diferentes mesas de trabajo que promueven el debate y la educación, tanto de las empresas y de la comunidad para asegurar el fortalecimiento de la RSE en la tarea de los Gobiernos como la legislación. Ejemplo de ello fue cuando en Australia el Estado sugirió la creación de una legislación para regular la RSE, obtuvo mayor oposición que apoyo. Australia es el país con mayor liderazgo en RSE en términos de ciudadano corporativo y sostenibilidad, se usan con mayor frecuencia reportes voluntarios y se ha producido un incremento de los mismos en los últimos 10 años (Peña, 2018).

Sin embargo, las empresas que reportan resultados están por debajo de la lista que presenta países como Reino Unido, por ejemplo. Australia es uno de los países que reporta mayor número de ciudadanos que poseen acciones en el mercado bursátil, razón que puede explicar el aumento en el uso de alineamientos, metodologías y códigos de conducta internacionales para asegurar transparencia. Como el del GRI, el SA 8000 y el Dow Jones Sustainability Index. Actualmente Australia goza de un gran reconocimiento a nivel mundial de RSE por su cultura y su carácter específico y distintivo (Peña, 2018).

El continente europeo es el que cuenta con un mayor dinamismo para la elaboración y promoción de políticas de acción en RSE. Actualmente los objetivos y estrategias de RSE están en equilibrio con los objetivos planteados por la Unión Europea en su estrategia: “Europa 2020, una táctica para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador” (Peña, 2019), evidencia de ellos es el comunicado sobre la RSE titulado “Estrategia renovada de la UE

para 2011-2014 sobre la Responsabilidad Social de las Empresas” (Libro Verde, 2011). A partir de Responsabilidad Social Corporativa de las empresas puede contribuir a los resultados de la competitividad y la sostenibilidad de la industria europea. Ayuda a fortalecer la confianza en los negocios, lo cual es importante para la creación de un entorno empresarial en el que pueda prosperar.

El mismo autor (Peña, 2018) menciona que la crisis financiera mostró un nuevo enfoque que se necesita para el equilibrio entre la maximización del beneficio a corto plazo y la creación de valor sostenible en el largo plazo. Las empresas europeas han de tener en cuenta su contribución al crecimiento sostenible y a la creación de empleo y considerar los intereses de los empleados y los ciudadanos afectados por las decisiones de negocios. La ética empresarial y los valores pueden contribuir a la recuperación de la crisis.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos para diseñar un marco común, cada país presenta sus propias especificidades respecto a las políticas públicas implementadas en temas de RSE, de manera general se han agrupado en cuatro modelos para la promoción y aplicación de RSE en Europa. El primer modelo es Partenariado (Partnership), entendido como una estrategia compartida entre sectores para la solución de retos socio laborales (Dinamarca, Finlandia, países bajos y Suecia), el segundo es la Empresa en la comunidad (Business in the Community), se centra en la “soft intervention” para fomentar la implicación de la empresa en los retos de gobernanza en la comunidad (Reino Unido e Irlanda) el tercero Sostenibilidad y ciudadanía (Citizenship) le da la importancia a una estrategia de DS con regulación (Alemania, Austria, Bélgica, Francia y Luxemburgo) y el cuarto el Ágora (Países Mediterráneos) consiste en la creación de grupos de debate en los que participan los diferentes actores sociales para proveer el consenso público de La RSE (España, Grecia, Italia y Portugal) (Peña, 2018) Asimismo grandes, medianas y pequeñas empresas unen

esfuerzos para el fortalecimiento del liderazgo y de la gobernabilidad, a través de cooperaciones y alianzas, de la misma forma las comunidades reciben suficiente atención para la cohesión a través de cooperaciones y alianzas. Los grupos más destacados son los empleados y sus representantes, las organizaciones de consumidores, inversores, academia y ONG (Peña, 2018).

En el continente americano los países que lo conforman presentan variados niveles de desarrollo socioeconómico. Debido a eso, se distingue una brecha significativa en los avances de RSE de los países más desarrollados como lo son Canadá y Estados Unidos con respecto al resto de países. Además de ello, existe claramente una brecha similar entre los países adelantados en vías de desarrollo (México, Brasil, Chile y Argentina) del resto de los países de Sudamérica, al igual de los países de Centroamérica y del Caribe, donde la RSE se encuentra iniciando su proceso. De manera general, en todos los países del continente, las acciones de RSE están estrechamente ligadas a la filantropía, por la figura paternalista de la empresa y los gobiernos en los diferentes países. Sin embargo, esta se ve ampliamente completada por prácticas de RSE, cuyo punto central se ubica en el cumplimiento de las obligaciones legales. Por ahora el sector empresarial ha entendido que la vinculación de la RSE a la estrategia del negocio es un factor determinante a largo plazo para poder sobrevivir, la generación de asociaciones gremiales o industriales y las asociaciones profesionales independientes conforman un grupo determinante que promocionan la RSE. Por otro lado, el compromiso y la promoción por parte del gobierno son relativamente débiles y no están integradas conjuntamente en las políticas públicas (Peña, 2018).

Por ello la presente investigación se concentra en una zona de un país perteneciente a América Latina, a continuación, se explica la evolución que han tenido las prácticas de RSE tanto en Latinoamérica como en Ecuador.

2.5 Un acercamiento a la RSE en Latinoamérica

En América Latina, se han dedicado diversos trabajos al estudio de la RSE, uno de los mejores trabajos, de los más completos e ilustrados lo ha realizado Casado y Roser (2009). En él se muestran las principales características de la RSE en la región y además hacen una comparación con la RSE en Europa lo cual es motivo de análisis, puesto que Europa es el continente líder en la promoción y aplicación de políticas para la puesta en acción de la RSE.

Siguiendo con el enfoque de Casado y Roser (2009), el estudio de la RSE desde una arista estratégica tiene su origen en tres aspectos: primero la presencia de multinacionales con los estándares más altos que hace que las empresas nacionales tengan que implicarse más en estas acciones para ser más competitivas. Segundo, los casos emblemáticos de empresas nacionales que no han actuado de manera responsable enfrentándose con ello a una baja reputación y su posición de nivel en el mercado por su baja calidad en las marcas, consecuentemente recibiendo impactos financieros y de mercado en sus acciones. Y tercero la promoción de la RSE, sus prácticas y sus beneficios por parte de factores promotores regionales y locales.

Los mismos autores mencionan que a pesar de las crecientes iniciativas que se están poniendo en práctica, la RSE todavía está en sus inicios y lo valida con cuatro trabajos: el de Pratt y Fintel (2002), varios trabajos demuestran que América Latina tiene una necesidad de refuerzo institucional para promover la RSE; para Chong (2003) existen bajos niveles de gobernanza de cultura social corporativa; seguido de forma más general, Peinado (2006) argumenta que hay un clima no tan favorable para promover la RSE en la región.

Y finalmente para Haslam (2004) las tendencias de la RSE, en toda América Latina se ven influenciadas por varios factores: primero, la actividad

del sector privado es débil y las prácticas de RSE se realizan a través de asociaciones empresariales, segundo las implicaciones de los gobiernos y la promoción de la RSE son escasas y la RSE no está integrada en el diseño de políticas para el desarrollo, tercero la sensibilización y la difusión de las prácticas asociadas a la RSE no están muy diseminadas, y por último las ONG trabajan de manera independiente, son minoría y no son activas como las financiadas por acciones empresariales.

Otro trabajo importante es el de Vives y Peinado-Vara (2011). Para estos autores, la RSE nace de una acción filantrópica corporativa, que ha ido evolucionando paulatinamente hacia una responsabilidad social más activa históricamente. Las acciones sociales se han basado en acciones religiosas y éticas morales de carácter individual, lo cual se debe a la creciente presencia de empresas familiares en donde la propiedad y la gestión son inseparables.

Teniendo en cuenta los principales argumentos de Casado y Roser (2009) y Vives y Peinado-Vara (2011), es visible que en América Latina hay mucho trabajo por realizar en materia de RSE. Con ellos también se hace latente la formalización del camino hacia la RSE, a través de organizaciones y redes internacionales que ejecutan acciones en materia de promoción, como ejemplo de ello se debe mencionar el Fórum Empresa, una alianza de 22 organizaciones empresariales que representan a 17 países de la región.

Asimismo, y en esta línea, se presenta el Consejo Empresarial para el DS CEDSAL que cuenta con 11 centros situados en México, El Salvador, Guatemala, Honduras, Costa Rica, Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela, Brasil y Argentina. Sin olvidarla Red de Conocimientos sobre Emprendimientos Sociales (SEKN por sus siglas en inglés) formada por la participación de un grupo de escuelas de negocios líderes en Iberoamérica y la Harvard Business School en alianza con la Fundación Avina.

Adicionalmente, la red ha contado con el apoyo de diversas empresas, entre ellas FEMSA, CEMEX, La Fundación Bancaria La Caixa y el Grupo BBVA. Para el año 2017, SEKN cuenta con el apoyo de un número significativo de aliados entre los cuales se hallan el Observatorio SCALA gestionado por la Facultad de Administración de la Universidad de Los Andes, que se ve respaldado por diversas entidades como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), el International Development Research Centre (IDRC), Citibank, Sistema B y Cladea Balas Case Consortium (CBCC).

Teniendo claro el panorama de la RSE en América Latina, como argumento suficiente para que sea discutida en diversos ámbitos como las organizaciones empresariales, medios de comunicación, asociaciones, instituciones y las ONG entre otras, el tema se va apuntando en la agenda política y se va comenzando a perfilar la hoja de ruta de estas acciones. A continuación, se detallará sobre la RSE en Ecuador.

2.5.1 Un repaso a la responsabilidad social en Ecuador

Las publicaciones académicas que se presentan para entender y practicar la RSE en Ecuador son pocas. Concretamente se hace referencia a cinco trabajos: (Padilla et al., 2017), (Espinoza, 2016), (Coba et al., 2017), (Said y Mendoza, 2015) y (Páez, 2014). En el primer estudio, (Padilla et al., 2017) sostienen que en Ecuador el término RSE en los negocios se ha convertido en un aspecto necesario de estudio en cuanto a su influencia en el desempeño empresarial. Los autores mencionan que no existe una relación significativa entre el índice de RSE y los distintos indicadores del desempeño financiero.

No obstante, existe una relación estadísticamente significativa entre los pilares de responsabilidad económica y ambiental con respecto al retorno sobre patrimonio (ROE) y entre el pilar de responsabilidad social y el rendimiento

sobre las ventas (ROS). De esta forma, confirman que las inversiones a favor de las comunidades y del medio ambiente generan un impacto positivo sobre el rendimiento del capital invertido. También encuentran que el incremento del nivel de ingresos puede verse positivamente influenciado por estrategias dirigidas a la satisfacción de clientes y trabajadores.

Este estudio aporta a la literatura, desde la perspectiva de estrategias de RSE en el sector de plástico para países en vías de desarrollo, debido a cuatro aspectos en el caso de Ecuador: a) la industria del plástico ha avanzado en el suministro de productos socio-responsables, incorporando envases de plástico acondicionados a otros usos de tipo doméstico, aunque hasta hoy no es un campo ampliamente explorado; b) las empresas prestan mayor atención a la satisfacción de sus trabajadores y, a través de ellos, a sus clientes, porque impacta positivamente en el rendimiento financiero; sin embargo, los procedimientos destinados a auditorías sociales y de políticas anti-corrupción son aún precarios; c) se observa una creciente predisposición por parte de las empresas a adoptar medidas de mitigación de efectos negativos derivados de procesos de producción sobre el ambiente, controlando la generación de residuos y emisiones, a pesar de que el patrocinio de prácticas ambientalistas es aún un proceso difícil y costoso para las empresas; d) se confirma que el incremento del nivel de ingresos puede verse positivamente influenciado por las estrategias dirigidas a la satisfacción de clientes y trabajadores, bajo los pilares de responsabilidad económica y ambiental, al mismo tiempo que las inversiones a favor de las comunidades que generan impacto positivo sobre el rendimiento del capital invertido (Padilla, et al. 2017).

El segundo estudio corresponde a (Espinoza, 2016) sobre “La Responsabilidad Social Empresarial en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de Ecuador”, luego del análisis de la información obtenida de 65

empresas que reportan o han reportado alguna vez una (COP)¹, 23 pertenecen al sector de las mipymes, según la clasificación del Pacto Global que acoge las categorías de la Unión Europea, de las cuales ninguna puede ser clasificada como micro empresa, 10 son pequeñas, 12 son medianas y una queda fuera del listado por tener más de 200 trabajadores. Argumenta en su estudio que la mayoría de empresas reportan actividades de capacitación, concienciación, sensibilización, talleres con los proveedores, respeto a la legislación nacional. Así como también medidas de verificación y medición; sin embargo, después de revisar las (COP) se evidenció que no todas cumplen con lo que están reportando, lo que dificulta el trabajo de verificación de la realidad de las empresas en relación con sus actividades de RSE o la implementación real del Pacto Global.

Así mismo indica que la RSE recoge el deber moral que asumen las organizaciones para mejorar la calidad de vida de los stakeholders, a través de actividades que promuevan los derechos humanos, los estándares laborales y las prácticas anticorrupción. La RSE puede ser implementada en cualquier tamaño de organización, micro, medianas y grandes a través de estándares internacionalmente aceptados como los que se promulgan en el Pacto Global de las Naciones Unidas. El Pacto Global permite incluir las actividades en RSE a través de la implementación del modelo de gestión integrado en la planificación estratégica de la organización. De acuerdo con la clasificación por variable de personal ocupado, la mayoría de empresas ecuatorianas son microempresas, es decir, cuentan con un personal que comprende entre 1 y 9 personas trabajando en la organización.

El tercer trabajo pertenece a Coba et al. (2017), quien argumenta que la importancia de la aplicación de prácticas de RSE radica en primer lugar, en la

¹ COP Comunicación de Progreso, en Ecuador, para que las empresas declaren formalmente su voluntad de realizar prácticas de RSE pueden adherirse al Pacto Global y reportar al final de cada año una (COP) o realizar una Memoria de Sostenibilidad, siguiendo los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI).

sostenibilidad de los beneficios económicos a mediano y largo plazo, al igual que mantiene y fortalece la credibilidad con los grupos de interés. En segundo lugar, permite identificar los contenidos de la información divulgada con respecto a cada dimensión de la RSE realizada por cada organización revelando de forma transparente el (modus operandi) de la misma. Sin embargo, de las 5 dimensiones analizadas por el autor la de mayor difusión y que cubre mayor contenido es la que alude a los aspectos éticos, en esta se incluyen las bondades de los productos y de los servicios que se ofrecen al mercado, así como también los valores sobre los cuales las empresas basan su filosofía empresarial.

De la misma forma el estudio confirmó que las actividades ambientales influyen positivamente en una imagen corporativa empresarial mejor, destacando que varias empresas en Ecuador han realizado esfuerzos por cumplir con leyes ambientales e inversiones necesarias para su buen funcionamiento, como un factor determinante para que las empresas den énfasis en esta dimensión de la RSE. El autor también menciona que a partir del análisis realizado evidenció que aquellas empresas que han invertido en asesoría para realizar y difundir sus actividades de RSE, tienen mejores resultados financieros en cuanto al rendimiento sobre ventas y buena liquidez, lo que demuestra que estas empresas consideran una inversión a mediano y largo plazo al invertir en prácticas de RSE y difusión de las mismas, debido a que los consumidores valoran los esfuerzos de las empresas hacia el cuidado del ambiente y aspecto social.

Sin embargo, en Ecuador las empresas de forma general aún no dan mucha importancia a temas sociales y ambientales, y únicamente ciertas iniciativas empresariales deciden de manera voluntaria implementar la filosofía de la RSE de manera sostenible. La aplicación de prácticas socialmente responsables constituye un nuevo paradigma que progresivamente está siendo implementado en las empresas con la finalidad de difundir el cumplimiento de

los principios y objetivos sociales, la incidencia en el desarrollo comunitario y en el impacto ambiental, en el educativo y en el cultural (Coba et al., 2017).

El cuarto trabajo corresponde a Said y Mendoza (2015), quienes plantean que las empresas ecuatorianas en Guayaquil implementan de forma aislada acciones de RSE, pero de manera no integrada, ya que son muy pocas las organizaciones, generalmente de capital extranjero, las que manejan e implementan acciones integradas de RSC. A pesar de este hecho, que a priori pueda parecer negativo, analizándolo se vislumbra la existencia de una preocupación y un interés latente por parte de las empresas ecuatorianas para implementar estrategias dentro de este ámbito. Para el empresariado ecuatoriano, la RSC se considera un medio para lograr ventajas competitivas, a través del cuidado a las necesidades del talento humano y la sociedad, la protección del medio ambiente, de esta forma empresas tendrán el aval social para mantenerse en el mercado.

Por ello, el autor menciona que la RSC incita a los empresarios a no enfocarse únicamente en ser más competitivos, sino que, además, los stakeholders tienen mayor poder e incidencia sobre ellos, sobre todo aquellos que más se ven beneficiados por la aplicación de las estrategias basadas en RSC dentro de las organizaciones. Por otra parte, en Ecuador destaca que las empresas guayaquileñas manejan definiciones diversas de la RSC, aunque la mayoría coinciden en que RSC supone contribuir al bienestar de la sociedad, la diferencia se da en las formas de actuación que cada una adopta bajo este enfoque. Al resumir las actuaciones de las empresas con cada stakeholder, se resalta la percepción de los empresarios con relación al talento humano, ya que aseguran cumplir con las exigencias de las leyes laborales en cuanto a Seguridad Social y el pago de salarios justos según lo establecido en los convenios laborales, además de brindar incentivos, formación y crecimiento a sus colaboradores.

También requieren tener un adecuado espacio, un buen ambiente de trabajo y seguridad en la labor que realizan. En caso de no tenerlo, buscarán nuevas oportunidades de crecimiento profesional y personal, además de disponer de un correcto equilibrio entre su actividad laboral, familiar y personal buscando la conciliación laboral. Sin embargo, en este aspecto, aún hay mucho trabajo pendiente por realizar en Ecuador. En cuanto al ambiente, las empresas cumplen parcialmente con un sistema de gestión de cuidado ambiental y pocas empresas poseen certificaciones ambientales. Sin embargo, se muestra interés y esfuerzo de trabajo para mejorar en este sentido, sobre todo por parte de las empresas transformadoras. Si bien aún persisten los problemas se evidencia el inicio de un recorrido por el camino hacia la producción con sostenibilidad ambiental.

En relación a los consumidores, se trata de un aspecto que ha sido más descuidado en relación con la RSC. Esto es así porque los consumidores no son muy exigentes a la hora de requerir información sobre su compra. Por ello, el Ministerio Ecuatoriano de Industrias y Productividad ha realizado campañas de concientización del consumidor, creando espacios para que se pueda informar y los consumidores puedan manifestar sus opiniones respecto a lo que encuentran en el mercado e incluso demandar situaciones que les afecten. Sin embargo, todo ello apenas acaba de comenzar a generarse (Said y Mendoza, 2015).

En el quinto trabajo, Páez (2014) propone el estudio de 106 cooperativas que completaron el formulario dentro del plazo establecido para su envío, el resto de entidades había iniciado su cumplimentación, por lo que la tasa de participación fue del 100% de las encuestas lanzadas; siendo acciones como éstas las que, poco a poco, van generando más confianza en el sector por medio del reporte de información y la transparencia. En cuanto al detalle de la información, hay diversos hitos que muestran la importancia que posee el sector en la sociedad ecuatoriana, coexistiendo éstos con otros no tan favorables.

En este sentido, debe indicarse que la mayor parte de la información nos abre importantes campos de actuación que han de ser aprovechados, por un lado por las propias organizaciones para trabajar en el avance del cumplimiento de los principios de la economía popular y solidaria, y del cooperativismo; y por otro, por parte del Estado o del Gobierno, quien como encargado del diseño de las políticas públicas destinadas al fomento del sector, debiera tener consideración de actuar directamente sobre éste, lo que significa actuar sobre más del 25% de la población del país.

Del análisis detallado de la data aportada por las organizaciones, que muestra la existencia de un porcentaje de entidades que ronda el 20%, éstas son las que menor compromiso con el cumplimiento de los principios han demostrado por medio del análisis de su modelo Balance Social Cooperativo BS Coop en cooperativas de Ecuador. Este dato ha sido extraído del análisis de la información, en la cual se ha comprobado que para la mayoría de indicadores existía un porcentaje de cooperativas, que normalmente incumple de manera casi sistemática todos los procesos.

Haciendo un análisis integral de los cinco trabajos analizados anteriormente, se puede concluir en un primer momento que las prácticas de RSE en Ecuador aún no están desarrolladas, por ahora son experiencias de empresas públicas y privadas que se van sumando de manera positiva con estrategias que esperan se puedan constituir como el punto de partida para su desarrollo. Por otra parte, también se puede decir que se confirma que las inversiones a favor de las comunidades y del ambiente generan un impacto positivo sobre el rendimiento del capital invertido; y que el incremento del nivel de ingresos puede verse positivamente influenciado por las estrategias dirigidas a la satisfacción de clientes y trabajadores.

A modo de reflexión se establece que en Ecuador la RSE puede ser implementada en cualquier tamaño de organización, micro, medianas y grandes

empresas a través de estándares internacionalmente aceptados como el Pacto Global de las Naciones Unidas, en todo el territorio para poder analizar su comportamiento y grado de responsabilidad en sus prácticas sobre el tema. Se hace evidente que en Ecuador se comienzan a analizar las prácticas de RSE que distintas empresas/empresas/comunidades practican para poder obtener resultados que puedan ser analizados bajos las normas y los estándares internacionales en primera instancia. En segundo lugar, se deben analizar las estrategias y políticas que las prácticas de RSE en este país van evidenciándose como propias del contexto y alineadas a la tendencia actual de los países con mayor experiencia de la región.

2.6 Turismo de base comunitaria: conceptualización, panorámica general y aproximación a su realidad en Ecuador

Para tratar este tema se debe hacer una aproximación conceptual detallada, describiendo su historia en el mundo, así como la conceptualización y panorámica en los países de América Latina, identificando y concentrando ejemplos de países que realizan esta práctica. El Turismo de Base Comunitaria (TBC en adelante) se está desarrollando en diferentes zonas geográficas del mundo como consecuencia del cambio en los gustos y en las motivaciones de los turistas en los últimos años. No solo eso, el turismo de TBC está completamente relacionado con la manera de desarrollar el turismo, contando con la participación de la comunidad local en todas las etapas de la planificación (Giampiccoli y Mtapuri, 2014).

Desde la perspectiva del turista, lo realizan los viajeros en búsqueda de nuevas experiencias lejos de las tradicionales y más masificadas, lo cual está posibilitando la creación de determinados destinos que permiten a las propias comunidades locales generar riqueza como resultado de esta actividad, considerada siempre como complementaria y nunca como alternativa

(Giampiccoli y Mtapuri, 2014). Se comprende que nace tras la necesidad y la creciente preocupación por la sostenibilidad, Así, el turismo se configura como una herramienta para poder minimizar las desigualdades sociales, contribuyendo con nuevas posibilidades de empleo, dinamización de la economía o preservando sus recursos naturales.

La vida de los residentes en la comunidad, una vez que se convierte en un destino turístico, se ve afectada por las actividades turísticas (Jurowski et al., 1997). Las redes de turismo comunitario también pueden proporcionar una oportunidad para el desarrollo rural mediante el fortalecimiento de las actividades de los negocios individuales (Tolkach y King, 2015), donde el consumo turístico es una experiencia emocional (Su y Hsu, 2013). Rittichainuwat et al. (2006:77) señalan que "a diferencia de otros productos y servicios, el turismo vende emoción, experiencias desconocidas y la sensación de descubrimiento a los viajeros". Por tanto, el turismo comunitario se convierte en un escenario estratégico de desarrollo social, económico y cultural capaz de paliar con éxito varias de las más apremiantes perspectivas del mundo actual (Ruiz et al., 2007).

En esta tipología de turismo, América Latina ha experimentado un notable crecimiento exponencial en la cantidad de turistas que recibe cada año, sin embargo, ello no ha posibilitado necesariamente que las comunidades locales hayan obtenido mayores beneficios, no solo de tipo económico, sino también de aspectos sociales, culturales y ambientales (Novelli y Gebhardt, 2007). Para determinar estos beneficios de carácter social, económico y ambiental se deben considerar dos aspectos al respecto (Nyaupane, et al., 2006): primero, la determinación de quién realiza la gestión y la planificación de la actividad turística en la localidad y el grado de implicación que tienen los miembros de la comunidad local; segundo, el perfil de las motivaciones y el número de visitantes y turistas que llegan a esa zona geográfica. Y en estas

condiciones, el turismo puede tener efectos acertadamente positivos para preservar la cultura local, para reforzar hechos culturales en parte desvanecidos y para construir un futuro sostenible respetando el pasado (Al-Oun y Al-Homoud, 2008).

El consenso mundial sobre actividades turísticas en áreas rurales en América Latina ha permeado las política públicas y nacionales y ha establecido un modelo de desarrollo en el cual se enmarca la implementación de programas e incentivos vinculados al turismo (Garduño et al., 2009). A tal punto que se ha observado un optimismo exacerbado situando al turismo como el salvador de los problemas del mundo rural (Guerrero, 2010; Cerón y Sánchez, 2009; Mantero, 2008; Schulenkorf, 2009), como un medio de desarrollo y de lucha contra la pobreza (Ruiz, 2008; Manyara y Jones, 2007; OMT, 2004; Spenceley y Seif, 2003; Ashley et al., 2001) y, también, para la protección del medio ambiente (Bovarnick y Gupta, 2003; Ross y Wall, 1999). Con esta apreciación general del TBC y su aproximación en América Latina, es necesario discurrir sobre su conceptualización y la que será seleccionada para la presente investigación.

2.6.1 Conceptualización del Turismo Comunitario o de Base Comunitaria

Referente al concepto, los orígenes referentes a esta modalidad de turismo son heterogéneos, ya que pueden derivar de una práctica específica o estratégica de procesos debidamente planificados. También se puede desarrollar espontáneamente a partir de iniciativas individuales o familiares que con pasar el tiempo las hacen convertirse en una práctica estructurada (Ruiz Ballesteros y Cáceres Fera, 2016). En las aportaciones de Murphy (1985) ya se habían considerado iniciativas de turismo comunitario como el centro de planificación turística y se había buscado establecer a la comunidad como un enfoque clave

para la toma de decisiones y la aprobación de los planificadores turísticos. A partir de este momento varios autores van aceptando el término y es en la última década cuando la literatura científica sobre Turismo Comunitario (TC) toma impulso. Maldonado (2005) lo define como toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con el propósito de fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes.

En la misma línea, Ruíz et al. (2007) sustentan que el TC debe entenderse fundamentalmente desde las economías sociales, las economías populares y solidarias, antes que el sector turístico en sí, ya que su razón de ser es su organización comunitaria. Así también para López-Guzmán y Sánchez-Cañizares (2009) es una actividad que se cristaliza en la creación de productos turísticos bajo el principio básico de la necesaria participación de la comunidad local. Por otra parte, Casas Jurado et al. (2012) defienden que el TC se refiere a aquel turismo que está basado en la comunidad local y que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza. También se puede definir como el viaje a las comunidades autóctonas locales por parte de extranjeros para que éstos puedan experimentar las costumbres, comida, estilo de vida y creencias de la población local. Estas comunidades, manejan los impactos y los beneficios derivados de la actividad, el fortalecimiento de su economía, alternativas económicas y las formas tradicionales de vida en el proceso (The Pachamama Alliance, 2013). Para el Tourism Concern (2013), el TC (en ocasiones llamado turismo basado en la comunidad-Community-based tourism) es una modalidad de turismo que tiene como objetivo incluir y beneficiar a las comunidades locales, en especial a las comunidades indígenas y los habitantes de las zonas rurales.

Actualmente hay varias formas de desarrollar el TC, donde se incluyen ejemplos en los que la comunidad trabaja como un producto turístico planificado con tour operadoras comerciales, pero hay que tener claro que todos los proyectos de TC deben dar a la población local una parte equilibrada de ganancias/beneficios y ser parte en la toma de decisiones y gestiones. Nunkoo et al. (2012) sostienen que la democratización es un concepto inclusivo de la ciudadanía en el desarrollo del turismo y una estrategia global de integración y participación social que apoya el empoderamiento de la comunidad local a medida que los sujetos aumentan más que los objetos de desarrollo. Para Tolkach y King (2015) el TC se refiere a la maximización de los impactos positivos del turismo y la minimización de los negativos, atendiendo de este modo a las necesidades de los anfitriones y huéspedes sin comprometer el bienestar de las generaciones futuras y del entorno físico.

Por último, Giampiccoli y Mtapuri (2017) piensan que el TC es una herramienta para proveer a las comunidades oportunidades y capacidad de decisión en la conservación y desarrollo, con beneficios que recaen directamente en la propia comunidad. Esto debe ser considerado como el principal objetivo de esta modalidad de turismo, que se vincula con el desarrollo económico, la conservación cultural, empoderamiento de las mujeres, alivio de la pobreza y generación de ingresos. El TC en América Latina, respecto a su conceptualización ha sido todo un proceso acompañado de varios aprendizajes. Varias definiciones han sido aportes de actores sociales, académicos, públicos y de organismos no gubernamentales.

2.6.2 Un repaso al Turismo Comunitario en el mundo

La literatura científica documenta proyectos basados en el turismo de base comunitaria entre el turismo rural y el turismo sostenible. En el continente asiático se evidencian investigaciones de Mbaiwa (2005), Hiwasaki (2006),

Nyaupane et al. (2006), Harrison y Schipani (2007), Ying y Zhou (2007), Al-Oun y Al-Homoud (2008), Okazaki (2008) y Harris (2009). En Oceanía, las investigaciones de Dyer et al. (2003), en África Lepp (2007), Manyara y Jones (2007), Novelli y Gebhardt (2007), Kibicho (2008), Sebele (2010) y Sommerville et al. (2010). En el continente americano las investigaciones de Martín de Holan y Phillips (1997); Zorn y Farthing (2007), Stewart y Draper (2009), Valcuende y De la Cruz (2009), Alaeddinoglu y Can (2011), Chakravarty e Irazábal (2011), Giampiccoli y Kalis (2012), Ishii (2012), Harun et al. (2012), Reimer y Walter (2013) y Valcuende y De la Cruz (2017). En América Latina se destacan los trabajos de Wyllie (1998), Timothy y White (1999), Morales (2006), Guerreiro (2007), Zorn y Farthing (2007), Guerreiro Marcón (2007), Cioce et al. (2007), Juárez y Ramíre (2007), Trejos y Chiang (2009), López-Guzmán y Sánchez (2009), Trejos y Matarrita Cascante (2010), Ruíz-Ballesteros (2011), Ruíz y Cantero (2011), Cruz Blasco (2012), Casas Jurado et al. (2012), Evangelista da Silva y Badaró Midjel (2012), Valentim de Morales et al. (2013) y Rodrigues da Silva et al. (2014). Ya en Europa Alaeddinogu y Can (2011), Iorio y Wall (2012), Iorio y Corsole (2013), Ruiz-Ballesteros y Cáceres Feria (2016). Todos estos estudios dan testimonio de las prácticas turísticas estudiadas para su comprensión y comparación.

Así, en este apartado veremos los diferentes estudios abordados sobre el turismo comunitario como experiencia territorial, analizando los impactos particulares que se han producido en las zonas donde se han llevado a la práctica. De modo que se procura explicar los efectos positivos que se derivan del turismo comunitario, pero no como una forma comparada o sectorial, sino más bien con la idea de explicar los fenómenos que se han derivado de la experiencia en algunos aspectos para este sector estudiado. Se podrá ver el impacto en el ámbito económico, seguido de los fenómenos sociales que se han derivado, los beneficios políticos que continuamente se han producido, y cómo estos aspectos se pueden dar de forma simultánea en una misma región.

Asimismo, la revisión de la literatura en los siguientes epígrafes, se estructura por continentes, ya que, al hacer referencia a estudios territoriales, eso permite realizar una estructura tipológica. Con lo cual, las experiencias que se citan se corresponden con aquellas áreas geográficas donde han surgido mayores problemas de desarrollo. Por ello, los principales continentes donde se encuentran experiencias analizadas de turismo comunitario son: Africa, Asia y Oceanía.

Como se ha señalado, este turismo supone un complemento para dinamizar la economía local, con una adecuada estrategia a considerar en países desfavorecidos, ayudando de esta manera a atenuar los efectos adversos del subdesarrollo en todos los aspectos: político, social, cultural y económico de manera fundamental. Si se pone el foco de atención en África, se presenta como un continente muy extenso con más de 30 millones de metros cuadrados y el segundo continente más poblado después de Asia, superando los mil millones de habitantes. Entendiendo de esta manera que es un lugar muy heterogéneo y a pesar de ello, se plantea una necesaria abstracción para abordar de manera conjunta el continente, facilitando de este modo la realización del estudio de un modo más simplificado. El continente africano, se encuentra escasamente desarrollado a nivel industrial, lo que provoca que actualmente se configure como un gran importador de productos industriales y manufacturas.

En el sur de África, la mayor parte de los esfuerzos iniciales de conservación se comenzaron a producir desde finales de 1800 y principios de 1900, provocado bien sea por desplazar a las comunidades locales o por restringir su acceso a los recursos naturales. Esto naturalmente generó presión en la comunidad afectada hacia las áreas protegidas y se hicieron esfuerzos para rectificar esas crecientes tensiones. En la última década, estos esfuerzos llevaron a la conservación y modelos de turismo variados que incluían cada vez más a las comunidades en la toma de decisiones y en el proceso de

participación de los beneficios. La investigación de Snyman (2014) a cerca de las actitudes de los miembros hacia el turismo y la protección de áreas naturales en seis países del sur de África demostró que la conservación africana sostenible debe incluir a las poblaciones locales (Hoon 2004; Musumali et al., 2007). Muchos investigadores han argumentado que, si las comunidades reciben beneficios de las áreas protegidas y el ecoturismo, tenderán a mantener actitudes positivas hacia la conservación como uso de la tierra y para cuidar los recursos naturales en su área (Currie, 2001; Hulme y Murphree, 2001; Wang y Pfister, 2008; Emptaz-Collomb, 2009; Waylen et al., 2009).

Los programas de educación y sensibilización también se benefician de un entendimiento de actitudes de la comunidad (Allendorf et al., 2006; Simelane et al., 2006; Sifuna 2010; Chidakel, 2011). Como señaló Emerton (1999), la distribución de beneficios es condición necesaria, pero no suficiente, para que las comunidades se involucren en la conservación de la vida silvestre (Snyman 2012). Los estudios que hemos analizado ponen de relieve la implicación necesaria de la comunidad local en la conservación de recursos naturales (Kibicho, 2008), así también la mejora en la gestión y protección de las áreas protegidas, así como valores que refuercen la equidad en el que se benefician los propios comuneros, del perjuicio que se puede derivar de la explotación de sus recursos, al ser ellos mismos los que afronten la planificación (Kiss y Weaver, 1989). Como un contraste a lo expuesto, se debe mencionar a la paradoja que se produjo en Kenia con la institucionalización de áreas protegidas, donde la población local fue desplazada de sus territorios ancestrales hacia zonas marginales con recursos naturales escasos. Eso hacía aún más difícil sobrevivir. Todo aquello desembocó en que la población local realizase prácticas de caza furtiva y aprovechamiento ilegal de sus recursos naturales, dando paso a un comportamiento descabellado en la que eran los ricos turistas los benefactores de esas tierras y recursos ancestrales de los que los residentes locales siempre habían gozado (Olindo, 1991; Weaver, 1998).

Si giramos la mirada hacia Asia, que en la actualidad aún contiene un gran número de países desfavorecidos, ven en el turismo una fuente generadora de crecimiento económico progresivo y por tanto existen numerosos artículos y estudios que analizan esta realidad en este continente. De esta manera nos centraremos en las principales experiencias que se han estudiado con mayor profundidad.

El estudio del desarrollo turístico en estas zonas ha puesto de manifiesto dos factores sociales de gran trascendencia. En primer lugar, el turismo ha beneficiado el papel de la mujer en la sociedad, incorporada al mundo laboral y un mayor empoderamiento en la actividad económica de la zona. Esto ha sido debido a la especial sensibilidad de las mujeres para la provisión de servicios del tipo turístico, así como una mayor demanda de mano de obra que ha podido ser abastecida por este género. Otro factor que se destaca es el incremento en la calidad de vida de los ciudadanos autóctonos que han visto crecer su economía y obtener beneficios directos de la actividad turística (Nyaupane et al., 2006).

En los ejemplos conocidos en el continente asiático se evidencia la teoría de la dependencia, puesto que la mejora económica propiciada por el desarrollo turístico es una realidad. Decir que esta mejora podría haber sido más destacada si no se produjeran las pérdidas que ocasiona la dependencia del capital de países desarrollados es evidente, pero también queda acreditada una mejoría del nivel de vida, y, sobre todo, del empleo que produce la afluencia de turistas.

Ya en el caso de Oceanía, se podría citar la investigación realizada por Hardy (2016) sobre la especificidad del grupo de partes interesadas (stakeholders). Aquí se determinó que los individuos de la comunidad local tienen preferencia por el desarrollo del turismo porque esta actividad está compuesta principalmente de miembros locales, junto con la comunidad, miembros de grupos, aquellos en posiciones regulatorias y operadores turísticos, quienes describen al lugar como un paisaje diverso, valorado por

muchas razones: por su singularidad, salvajismo, naturaleza desafiante, original, paisaje antiguo y de suma importancia cultural. También lo describieron como vulnerable, en peligro y mal entendido. A pesar de todo esto apoyan el turismo en Tarkine, algunos incluso lo asumieron como el salvador de Tarkine.

En América del Norte, cada vez más los investigadores de Canadá están adoptando enfoques de base comunitaria. Brunet (2016) menciona que los principios de la investigación basada en la comunidad ponen de relieve la importancia de la participación activa de los miembros de la comunidad en todas las fases de la investigación (De Lemos, 2006; Israel et al., 1998; Taylor et al., 2004); el desarrollo de confianza entre el investigador y la comunidad (Castleden et al., 2008; Harvey, 2003); el reconocimiento como una unidad de identidad; las fortalezas, debilidades y recursos existentes; la integración de los conocimientos locales y la acción para el beneficio mutuo de todos los asociados; el co-aprendizaje y empoderamiento; el proceso de investigación cíclico e iterativo, la difusión de los resultados de la investigación de una manera respetuosa, donde la propiedad del conocimiento de la comunidad esté acreditada (Israel et al., 1998).

El turismo, generalmente en el Ártico, se basa en ideas nostálgicas de expediciones de frontera, creando curiosidad por un ambiente poco poblado o deshabitado. Eso incluye pesca deportiva, caza, ecoturismo, turismo de aventura, cultura y patrimonio, turismo de observación de animales y fotografía, y turismo de auroras boreales. El debilitamiento percibido de la presencia de los pueblos indígenas y sus culturas, así como la naturaleza virgen ha llevado a que estos se conviertan en objetos de deseo turístico. Los imaginarios, difundidos a través de los medios de comunicación y las redes sociales, crean un apuro en visitarlos debido a una creciente conciencia de los paisajes de “última oportunidad de ver” (Veijola, 2018).

El futuro del desarrollo turístico es aprender de las culturas locales sobre las formas de "desarrollar" la tierra y el paisaje para las especies humanas y no humanas en una escala completamente diferente y de responsabilidad; es decir, no en formas centradas en el Ser Humano, como ontologías indígenas y las epistemologías de vivir de y con la tierra. Smith (2012) cuestiona lo estrechos que son los parámetros modernistas de "desarrollo" que tienden a tratar con meros factores económicos, inversiones, empleo y ventaja competitiva cuando se planifica la utilización del terreno (Dredge, 2010).

El turismo comunitario se fundamenta en la visita a culturas indígenas, desde Aleut, Yupik e Inuit hasta culturas saami y nenets, khanty, evenk y chukchi (de oeste a este, comenzando en Alaska). Se basa en la fuerza como un vínculo imaginario o real para experimentar la vida cerca de la naturaleza y con las habilidades artesanales necesarias para sobrevivir en estos ambientes. El turismo está aumentando a través de las sucursales en el Ártico, a veces dramáticamente, como en Islandia muy pocos casos muestran estancamiento (Lasserre y Têtu 2015), y no hay ejemplos de disminución a largo plazo (Johnston 2011, Maher et al. 2014, Heimtun y Viken 2015).

Cuando el turismo comunitario es operado y diseñado por los propios individuos de la localidad puede llevar a la creatividad, a la crítica cultural y a vivir bien de manera que incluso pueden ser compartidos con los turistas. Numerosos ejemplos de todo el Ártico cuentan historias exitosas de la cultura viva y vital en áreas como la música (cantantes de garganta, yoikers, raperos), arte moderno, artesanía, caza, pesca y pastoreo. Representaciones nuevas y artísticas. Los medios de vida indígenas alientan a los visitantes a examinar críticamente las imágenes culturales y formas de colonialismo en museos y galerías de arte.

Para entender mejor cómo se desarrollan los negocios en estas áreas, Lemelin et al. (2015) enumeran una gama de indicadores (incluidos

económicos, de planificación, de liderazgo, comunitarios y aspectos legales) que ayudan a evaluar el emprendimiento comunitario, especialmente en su capacidad para beneficiar a la comunidad en general. La originalidad cultural y el uso de imágenes indígenas en la comercialización son cuestionables. El uso de los símbolos culturales y la múltiple reproducción de artefactos por parte de personas no indígenas con fines turísticos ha provocado críticas y debate en los países nórdicos (Kramvig y Flemmen, 2016).

En el caso concreto de los países desarrollados de Europa, el término estudiado y aceptado en turismo es el turismo rural como una modalidad del turismo comunitario. Aunque su desarrollo tiene lugar sobre todo en las décadas recientes, diferentes autores señalan que el turismo rural en Europa ha estado presente, de una forma u otra, desde hace al menos 100 años (Bote, 1988; García, 1995; 1999; Pérez Fernández, 2001; Valiente et al., 2005; Solsona, 2006; Ibarra, 2006; Juárez y Ramírez, 2007). La Iniciativa Comunitaria LEADER comenzó a funcionar en 1991, como un ingrediente de la política de desarrollo rural de la UE. Se trata de un programa de desarrollo de áreas rurales que aplica un enfoque local y ascendente, a través de la participación activa de los actores públicos y privados de cada territorio (Zapatero y Muñoz, 2013). Enfoque que se ha venido aplicando en la UE desde 1991 y a lo largo de estos 25 años ha tenido diferentes fases. En este período, según establece el nuevo Reglamento de desarrollo rural (Reglamento 1305/2013), los Programas de Desarrollo Rural PDR dejan de estar organizados en ejes para pasar a estructurarse en base a tres prioridades entre las cuales: Fomento de la inclusión social, reducción de la pobreza y el desarrollo económico en las zonas rurales se incluye como subprioridad el promover el desarrollo local en las zonas rurales, siendo este el encaje del enfoque LEADER en los programas del actual período.

La tesis doctoral de Morales (2017) menciona que el turismo rural ha constituido la actividad priorizada, en mayor medida, en el desarrollo de la

iniciativa LEADER, reflejando una apuesta por convertir a este sector en la principal vía de diversificación de las economías locales al promover actuaciones innovadoras e implicar a la población en su propio desarrollo (Giménez y Bajardí, 1995). Lo que ha propiciado a generar un éxito económico y fundamentalmente social, que permite la progresiva consolidación del empleo y el avance en el desarrollo del medio rural a través del desarrollo y racionalización de las redes turísticas donde se observa una mejora significativa del patrimonio inmobiliario, una mayor diversificación de la actividad de los habitantes rurales y un aumento de sus ingresos por medio de la reactivación del comercio, la promoción del sector artesanal y el impulso de las industrias agroalimentarias con recursos locales (Aparicio, 1997; Duarte, 2000; García, 2011).

Un ejemplo claro de experiencia del turismo sostenible es Galicia, concretamente las comunidades costeras, que son dinámicas desde el punto de vista demográfico. En estas comunidades conviven sistemas de producción artesanal con otros de carácter innovadores, y se desarrollan algunos modelos de gestión cooperativa de recursos, involucrando instituciones locales, o el sector básicamente a través de las organizaciones de pescadores denominadas cofradías (Lois, 2012). Se puede afirmar entonces que las comunidades costeras galegas son territorios altamente dependientes de la industria pesquera tanto del sector extractivo como del sector transformador, donde se destacan las fábricas de conservas y las industrias congeladoras y de comercialización, que generan un gran número de puestos de trabajo directos e indirectos y que contribuyen al desenvolvimiento económico de estas áreas (González Laxe, 2005). Durante la última década se han puesto en marcha experiencias innovadoras nacidas en pequeños puertos que son difundidas como buenas prácticas al resto del territorio gallego y del Estado Español.

Dichas prácticas permiten el aprovechamiento económico del patrimonio cultural, lo que ha permitido acondicionar antiguas fábricas de soldadura en museos o centros de interpretación antiguas fábricas de soldadura con la finalidad de que los visitantes conozcan los utensilios y equipos que utilizan en la pesca. También destacan las experiencias que favorecen el desarrollo sostenible como es el caso de la Asociación de Pescadores de Lira, que está comprometido con las iniciativas de pesca sostenible, el turismo marítimo, el marketing directo o la creación de la reserva marina de Los Miñarzos (Proyecto Ancora, 2012). El Boletín informativo de Red Española de Mujeres en el Sector Pesquero (2016) detalla un ejemplo de buenas prácticas como es la Asociación Cultural de Mujeres del Mar de Cambados GUIMATUR, creada en el año 2004, pionera en la diversificación pesquera a través de las visitas guiadas por los bancos marisqueros de la Villa de Cambados. En estas actividades se da a conocer la actividad del marisqueo, con el propósito de poner en valor su trabajo, así como la cultura marinera de la zona y el respeto por el medio ambiente y sus recursos.

Estas experiencias revisadas muestran una tenue línea que diferencia determinado tipo de turismo rural como una modalidad de turismo comunitario. Por lo que, cada vez toma más fuerza sobre la práctica que se disemina de formas diferenciadas a partir de las diversidades y vivencias originales múltiples de individuos que las practican en territorios emergentes del planeta. En ellos los gobiernos han puntualizado políticas públicas como medios de protección al desarrollo de estas prácticas de turismo que cada vez atrae a cientos de visitantes. Y aportan un buen resultado a la economía nacional. Sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer para poder equilibrar el grado de responsabilidad social que deben reflejar tanto actores públicos como privados a la hora de realizar prácticas turísticas con recursos naturales, culturales y humanos.

Todo esto ilustrado como el Talón de Aquiles, importante en el contexto de sostenibilidad para preservar de manera urgente lo que aún queda para las futuras generaciones, todo aquello se logrará con aspectos necesarios como: el conocimiento por parte de los investigadores, los créditos otorgados a los sectores pequeños que desarrollan la actividad turística como una serie de emprendimientos endógenos; buscando así estrategias más reales diseñadas a sus contextos, también es necesario pensar en programas de capacitación tanto para investigadores como para los actores locales públicos y privados para precisar con certeza a la hora de poner en práctica su iniciativa, y finalmente será necesario pensar en un crecimiento desafiante en el mercado.

A continuación, se presentan experiencias de turismo comunitario en la región latinoamericana, identificando los países que realizan esta práctica y como lo trabajan, con indicadores propios en su contexto que aportan al desarrollo local de la comunidad.

2.6.3 Relevancia del turismo comunitario o de base comunitaria en América Latina

En los siguientes epígrafes se aborda al TC como representación de organización, caracterizada por la forma en que se está gestionando, esto es, por la organización comunitaria como aspecto particular. Una mirada hacia un “modelo de actividad turística desarrollada principalmente en zonas rurales y en el que la población local –en especial pueblos indígenas y familias campesinas, por medio de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel preponderante en el control de su ejecución, gestión y distribución de beneficios” (Cañada 2012: 130). Es preciso mencionar que ha sido por su empuje desarrollista que el turismo comunitario ha entrado con fuerza en la agenda política de intervención local de las ONGs. De modo que se observa la gestión del turismo comunitario en América Latina y el controvertido papel que

juegan las agencias de cooperación internacional para el desarrollo (Martínez Mauri 2013, 2015; Hernández, 2015). Bajo este antecedente, encontramos diferentes descripciones de los éxitos y limitaciones producidos por proyectos de TC y la intervención de las ONGs para su puesta en marcha.

Durante las dos últimas décadas, las investigaciones acerca de este turismo en América Latina se han fundamentado en un debate central en el análisis de la relación que tienen esta práctica turística entre turismo y desarrollo. En este sentido, algunos estudios antropológicos del turismo se centran en las luchas de poder y las luchas económicas que resultan de los procesos de toma de decisiones inherentes al turismo comunitario. Ya otras investigaciones reflejan ejemplos que abogan por el papel propositivo del turismo comunitario en las comunidades anfitrionas. A continuación, se realiza una revisión panorámica de ubicación geográfica de norte a sur de los principales países de destinos de turismo comunitario: México, Costa Rica, Perú, Chile y Brasil.

México es un país interesado en el TC. En él se evidencia una intrínseca relación entre cooperación internacional, mundo académico y el sector del turismo, como ejemplo se toma a los desarrollados en la Selva Lacandona de Chiapas, liderados por la Universidad de Alicante (UA-España), la Universidad Intercultural de Chiapas (UNICH-México) y miembros de las comunidades locales. A partir de estas experiencias colaborativas se publicó el libro “Impactos socioculturales en el turismo comunitario: una visión desde los pueblos implicados (Selva Lacandona, Chiapas, México)”, que incluye las perspectivas indígenas y la traducción en sus idiomas locales (Pastor y Gómez 2010). También está el trabajo etnográfico desarrollado y basado en acciones de investigación participativa (IAP) y de cooperación internacional y capacitación comunitaria para desarrollar proyectos de turismo rural e indígena (Pastor y Espeso, 2015; Espeso et al., 2016). Junto a algunos resultados exitosos, como la

revitalización de la economía, la toma de conciencia del valor natural y el aumento del empleo e inclusión de las mujeres en el mundo laboral (Pastor y Gómez 2010; Pastor 2012), el caso de la Selva Lacandona demostraría algunos inconvenientes, como los efectos negativos producidos por un enfoque paternalista de los organismos públicos o la distribución desigual de los beneficios del turismo. Desde el comienzo de las actividades de turismo comunitario en algunas comunidades de la región con los grupos étnicos de origen maya: lacandones, choles y tzeltales, la participación de agentes externos está influyendo de forma negativa. Así, sus recursos no alcanzan a dar soluciones a las nuevas problemáticas que se presentan: generación de residuos líquidos y sólidos (químicos, basura, plástico, vidrios etc...); la adaptación de la artesanía local para el consumo exclusivo del visitante; la imagen distorsionada de las comunidades lacandonas a fin de promocionar su hábitat y su cultura; la participación de las mujeres por puro formulismo en los proyectos financiados; y las tensiones entre jóvenes y ancianos por el deseo de los primeros de participar en actividades económicas que, hasta hace poco, estaban reservadas a sus mayores (Pastor et al., 2012).

Continuando ahora con estudios de Costa Rica, en la tesis doctoral de Calderón (2018) se menciona que dicho país se caracteriza por la estabilidad política y social, así como por un crecimiento económico sostenido que ha permitido dedicar importantes recursos al desarrollo del sistema educativo. Además, entre las grandes prioridades de los poderes públicos del país ha estado siempre el sector turístico, aprovechando precisamente los grandes recursos naturales de que dispone Costa Rica y la estabilidad política y seguridad ciudadana que ofrece a los visitantes. Gracias a esa estabilidad, el turismo ha sido, y continúa siendo, una actividad en constante crecimiento, situándose el origen de su desarrollo como sector económico en la década de los años ochenta. Los historiadores marcan una línea de separación en la historia moderna de Costa Rica señalando dos periodos: antes y después de la crisis de

los años ochenta. El primer periodo se habría caracterizado por el crecimiento sostenido de la economía, mientras que el segundo período estaría marcado por el cambio del modelo de desarrollo, con su secuela de incertidumbre e inestabilidad económica.

Con objeto de contrarrestar el modelo convencional del turismo de masas, la política turística costarricense comienza a promover el “ecoturismo”, presentándolo como una interesante herramienta de desarrollo local para, aprovechando la riqueza natural de los espacios rurales, mejorar las condiciones de bienestar de las comunidades, mostrándolo también como una innovadora estrategia de conservación ambiental. A partir del año 2005, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), así como la Alianza para el Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario y el Programa de Pequeñas Donaciones (2005) definen el turismo rural comunitario (TRC en adelante) como las “experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad” (Fontana, 2012:26). Para el fortalecimiento del TRC en Costa Rica se generó un espacio informal de coordinación entre las organizaciones más reconocidas de dicho subsector. Como organismo informal, se propuso fortalecer el TRC como una de las principales actividades turísticas a nivel nacional, consolidándolo como un instrumento de generación de desarrollo sostenible, no sólo en términos medioambientales, sino también en su dimensión económica (equidad) y social, con una alta participación de la sociedad local (Salazar, 2012).

Esta Alianza se convirtió en 2009 en la Cámara Nacional de Turismo Rural Comunitario (CANTURURAL), cuyo objetivo radica en ser la instancia de representación del TRC ante el Estado costarricense y ante las instituciones que tienen incidencia directa o indirecta en la promoción de su desarrollo. La influencia que está teniendo el TRC en los espacios rurales ha significado su

consideración por parte de los organismos internacionales, públicos y privados, como un modelo turístico capaz de generar alternativas de desarrollo en el medio rural. El aporte que ofrece el TRC en temas de sostenibilidad económica, social y ambiental en los espacios rurales, ha hecho que este modelo sea reconocido como una actividad a planificar y gestionar en los diferentes programas de desarrollo territorial que tiene el país. Una buena prueba de la importancia que se le viene concediendo al TRC en el desarrollo rural de Costa Rica es el creciente número de estudios realizados sobre las virtudes que el TRC tiene en las áreas rurales, pudiéndose destacar entre ellos los de Ne-lo, 2008; Pereyra, 2002; Osuna, 2013; Fontana, 2012; Cañada, 2008; Chavarría, 2009 y Gascón Ojeda, 2014. En esos estudios se pone de manifiesto el interés del TRC en el desarrollo rural y los relevantes beneficios que proporciona a nivel social, ambiental y económico a las familias que residen en las zonas rurales costarricenses.

El TRC se caracteriza por integrar las riquezas naturales y la vida cotidiana de la comunidad rural, además de promover dentro de la misma oferta turística prácticas productivas sostenibles. Un elemento importante a resaltar del TRC es su capacidad para promover la participación de la comunidad local, aprovechando y fortaleciendo las estructuras organizativas y las redes sociales ya existentes a nivel local. Desde el punto de vista económico, al integrar la población local en diferentes encadenamientos productivos, el TRC permite que se dé una distribución más equitativa de los beneficios generados por la actividad turística, siendo así una importante fuente complementaria de los ingresos familiares. Los estudios sobre experiencias de TRC en algunas zonas rurales costarricenses indican que en estas zonas se ha reducido el proceso de abandono y venta de la tierra por parte de los pequeños campesinos al encontrar en el TRC una vía para poner en valor sus explotaciones, integrando la actividad agraria en la oferta turística (Calderón, 2018)

No obstante, una de las claves para comprender el desarrollo del TRC en las comunidades rurales de Costa Rica radica en haber sabido integrarlo dentro del modelo de turismo sostenible o “ecoturismo” por el que el país costarricense viene apostando. De este modo, el TRC se presenta como una variante específica del modelo de “ecoturismo” que sitúa a Costa Rica como ejemplo a seguir en temas de conservación del medio ambiente, y que se manifiesta en el hecho de que su marca-país haya sido años atrás “Costa Rica sin ingredientes artificiales” y ahora se le presente como “Costa Rica esencial” (Calderón, 2018).

Siguiendo con la investigación ahora corresponde presentar el caso de Perú. En los últimos años, el Estado peruano y los gobiernos regionales han promovido el Turismo Rural Comunitario (TRC) como una alternativa económica para las poblaciones autóctonas (Gascón, 2011; Pérez Galán, 2012; Pérez Galán y Fuller, 2015). Dicho modelo también ha sido fomentado por diversas ONG’s y agencias de turismo. Las comunidades rurales del Cusco demuestran ejemplarmente el desarrollo progresivo del TRC en los Andes peruanos (Pérez Galán, 2012). Esta región, turísticamente conocida por Machu Picchu, es un caso emblemático del desarrollo del TRC como alternativa a la oferta de un turismo “clásico” en el Perú asociado principalmente a su legado histórico-patrimonial. El TRC, definido como “una forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y autogestión de los recursos patrimoniales de la comunidad” y que “busca la planificación, la sostenibilidad y la inclusión de la población” (Gascón y Cañada, 2005: 140), pareciera perfilarse como una alternativa a la economía campesina. Sin embargo, los estudios sobre este modelo de turismo comunitario en los Andes tienden a confirmar los caracteres ambiguos (positivos y/o negativos) de los impactos del turismo. Así el modelo de TRC se encuentra criticado entre sus potencialidades y límites (Gascón, 2005, 2011, 2013; Pérez Galán, 2012; Pérez Galán y Fuller, 2015).

La investigación realizada por Terry (2017) interrogó sobre la pertinencia del TRC, llegando a la conclusión de que el agro-ecoturismo contribuye a mejorar la situación socio-económica de las comunidades. Si el Fondo comunal (repartición de ganancias) asegura una distribución equitativa de los ingresos turísticos entre dichas comunidades, otros efectos positivos van más allá de lo monetario: mejores perspectivas educativas, sostén a la soberanía alimentaria y un sentimiento de “buen vivir”. El otro aspecto que se investigó fue por saber si será posible una autogestión sin el apoyo logístico y financiero de una ONG. Por el momento la respuesta parece negativa, especialmente por los problemas de acceso equitativo que denuncian (Pérez Galán y Fuller, 2015) y por las “relaciones verticales de dependencia” y el paternalismo de la ONG (Asensio y Caverro Castillo, 2013: 37). Existe aún una dependencia de la comunidad local a la ONG. Para ellos, sin este vínculo el proyecto difícilmente se mantendría, y se pondrá en riesgo la continuidad de los efectos socioeconómicos presentados. Este aspecto subraya así que dichos efectos positivos no son necesariamente perdurables y que el TRC puede o no (siempre) beneficiar a las economías rurales. Por otro lado, muestra los desafíos entorno a la transferencia de capacidades, conocimientos y el empoderamiento de las comunidades en los emprendimientos de TRC.

Si hablamos de Chile, la zona en la que nos centramos al referirnos al turismo comunitario en Chile es la Altiplanicie o Puna, que además de Chile comprende los países del sur Bolivia, Perú y Argentina, amparándonos en el estudio de Morales Morgado (2001). Se trata de una zona de gran valor ambiental debido a sus atractivos en cuanto al clima y a la biodiversidad, destacando de su fauna vicuñas, llamas o flamencos. Sus características naturales unidas a su extensa cultura prehispánica, así como los restos arquitectónicos procedentes de la misma, le dan un valor turístico de gran atractivo. En este escenario aparece la propia forma de vida y cultura quechua y atacameño, que le dan un paisaje humano vivo como mayor atractivo turístico.

Estos pueblos han basado su forma de vida en una economía tradicional rural, fundamentalmente en la agricultura y ganadería. Según Morales Morgado (2006) el desarrollo que ha experimentado el turismo en las poblaciones quechua y atacameña del norte de Chile, permite comprender el crecimiento que ha experimentado el turismo en general y que citaba Santana (1992):

- Crecimiento económico de los países más desarrollados capitalistas.
- Acceso fácil y económico a los medios de transporte de viajeros.
- Liberalización del movimiento de personas.
- Incremento de derechos laborales de la clase trabajadora con vacaciones "pagadas".
- Estabilidad política en países emisores y receptores de turismo.
- Facilidad de acomodar infraestructuras para las necesidades turísticas demandadas ante el exceso de mano de obra barata que hacen posible movilizar las infraestructuras oportunas de manera rápida y económica.

Con respecto a la acción gubernamental en la promoción y proyección del turismo, es preciso destacar la acción implementada en el año 1998 y que se extendió hasta el 2004. Se trata del Programa de Turismo Comunitario, el cual se centra en dos aspectos fundamentales: el mantenimiento del patrimonio cultural y natural, revertiendo su proceso de deterioro y la forma de apropiación por parte de las comunidades indígenas de los beneficios producidos por dicha actividad. Estos dos aspectos son determinantes en la participación e implicación comunitaria en la planificación turística (Morales Morgado, 2006). Para Morales Morgado (2006), los aspectos materiales que han venido a potenciar y tratar el Programa de Turismo Comunitario han sido: Apoyar la explotación sostenible del patrimonio cultural y natural a través iniciativas rentables; propiciar la actividad desde un punto de vista sostenible; desarrollar el papel de la mujer en la actividad económica; potenciar el asociacionismo; el fomento de la educación que permita conocer y gestionar los servicios por la

propia comunidad de manera autónoma; la valorización del patrimonio natural y cultural mediante la difusión y conocimiento de su cultura, la artesanía y los recursos naturales propios; y, el control de los impactos sociales negativos que florecen al amparo de la desigualdad social entre turistas y residentes.

Por último y relacionando en el TBC con América Latina, en un país tan extenso como Brasil vamos a analizar el turismo en la comunidad de Canto Verde. Para la investigadora Coriolano (2017) el surgimiento de modelos alternativos de turismo se da por dos vías, la primera surge debido a las necesidades de los propios residentes que perciben el turismo como la posibilidad de incrementar la renta. Y la segunda, debido a los visitantes que acaban “abrazando” movimientos en pro de aspectos universales como lo ambiental, el género, las minorías étnicas y la defensa de la vida. El modelo alternativo de turismo llama la atención debido a su potencial que tiene para sobrevivencia y reducción de la pobreza de varias comunidades como aldeas indígenas, de pescadores, de agricultores rurales y centros comunitarios localizados en favelas. La UNWTO (2013) por ejemplo, considera una de las siete áreas estratégicas para la operacionalización del turismo sustentable. En Brasil, el TBC, a pesar de estar contemplado como una prioridad para estimular el turismo sustentable en el Plano Nacional de Turismo 2018-2022 (MINTUR, 2018), al mismo tiempo ha sido desplazado a un segundo plano. El TBC es considerado un modelo de desenvolvimiento de actividad turística centrado en recursos de comunidades, como agente principal en el concepto, desenvolvimiento y gestión (Fabrino, et al., 2014).

La comunidad de Canto Verde, en Ceará, situada a 126 km de Fortaleza, capital del estado, es una colonia de pescadores artesanales que es una referencia para el turismo comunitario y lidera un grupo de comunidades. Con la ayuda de la ONG - TERRAMAR - líder de la red de destinos de turismo comunitario en Ceará, en articulación con otras redes (latinoamericanas,

africanas y europeas) integra la Red de Destinos Comunitarios en Brasil. Las comunidades experimentan, así, nuevas formas de producción de servicios turísticos, no estandarizados, con bastante creatividad, compromiso y solidaridad. El TBC, especialmente en el Noreste y en el Norte del país, especialmente en Ceará, tiene la especificidad de ser celebrado de forma solidaria, mostrando signos de otro turismo. Maldonado (1993), en sus estudios sobre núcleos pesqueros, resalta que la noción de lugar es fundamental en el análisis de comunidades, pues revela la existencia local de los fenómenos tanto en el espacio físico como del espacio social “confiriendo esencia, significado y trascendencia, porque es localmente que nos situamos y es localmente que las cosas suceden” (Maldonado, 1993: 34). Las comunidades se preocupan con este debate para la comprensión y formación de esa conciencia, además de recibir un seguimiento sistemático de colaboradores vinculados a las ONGs, iglesias, universidades, para apoyo tecnológico, jurídico, teórico e ideológico.

3. TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR Y EXPERIENCIAS LOCALES

El turismo comunitario conceptualmente sigue alimentándose de varios aportes de investigación realizados tanto de corte nacional como internacional. Cuyo interés por estudiarlo es fuerte debido a que representa un modelo de gestión social empresarial, con la finalidad de generar impactos positivos y distribuirlos entre todos los miembros de la comunidad lo que lleva evidentemente a un pleno desarrollo local. En las últimas décadas, el TC es una de las herramientas que permite mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades locales asentadas en las zonas rurales vulnerables, dando importancia a los aspectos que tienen que ver con la historia propia de cada lugar, la cultura local y lo étnico adquieren una notable consideración (Guzmán et al., 2006). De este modo, el TC aparece como una actividad económica que toma en cuenta tres perspectivas: sensibilidad especial en el entorno natural y aspectos culturales, seguido de la búsqueda de sostenibilidad ambiental y social, y por último el control efectivo de las actividades con ingresos turísticos por parte de las comunidades (Ruíz Ballesteros et al., 2008).

Indiscutiblemente las actividades en el caso de Ecuador se apoyan en las iniciativas de TC puestas en marcha y encaminadas al desarrollo integral de ellas, concebidas como parte de una estrategia más amplia de desarrollo local y de consolidación política (FEPTCE, 2007), un medio de reivindicación y autogestión de sus territorios (Goul, 1999). Estas iniciativas se han venido desarrollando en el país a partir de los años 80. Sin embargo, el TC ha alcanzado en Ecuador un reconocimiento legal recientemente, suponiendo una vía para impulsar el turismo sostenible que preserve los recursos naturales y culturales de las comunidades receptoras, e implicando en su desarrollo a las

instituciones públicas, las ONG's, las asociaciones, las federaciones, las propias comunidades y los visitantes (Santana y Atiencia, 2014). A pesar de que este es un sector emergente dentro de la oferta turística ecuatoriana, se está perfilando como una actividad con potencial para la diversificación para el tejido económico y de las fuentes de ingreso en algunas comunidades indígenas, pese a las diversas dificultades que esta actividad presenta a la hora de alcanzar un mayor desarrollo y de lograr un verdadero reconocimiento como actividad turística en Ecuador (Morales, 2017).

Para el caso de Ecuador y para la presente investigación, se usa el concepto establecido por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE, en adelante) “Turismo comunitario es toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (FEPTCE, 2006).

3.1 Orígenes y evolución del turismo comunitario en Ecuador

A finales de la década de 1980, emergieron en varios lugares del mundo comunidades de pueblos originarios y campesinos que se involucraron directamente en la planificación, la operatividad y los beneficios de emprendimientos turísticos. Se produjo una conceptualización del término de diversas formas: turismo indígena, étnico, turismo rural comunitario o ecoturismo comunitario. Se visualizaban como una estrategia de apoyo a la conservación de las áreas naturales, especialmente de las áreas protegidas. Mediante esta acción, se disminuyó la actividad agrícola y ganadera en la periferia de las áreas protegidas, brindando a los comuneros la oportunidad de generar beneficios por el turismo (Cabanilla y Garrido, 2018).

La siguiente década se caracterizó por el surgimiento de varios emprendimientos en zonas rurales de Latinoamérica, entre los cuales, Ecuador se proyecta como un ícono del turismo comunitario con un enfoque sólido y sostenible, buscando siempre mejorar la calidad de vida de quienes ejecuten actividades de acuerdo a este modelo de gestión turística. A la par de esta consideración, en el año 2002, se incluyó la oferta de turismo comunitario en la Ley Nacional de Turismo, lo que brindó un espacio especial dentro del Consejo Consultivo de Turismo, ente asesor directo. Además, Ecuador fue el primer país donde se formalizó una red de turismo comunitario que, para el caso, fue la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE). La evolución conceptual del TC se comprende a partir de varias conceptualizaciones desarrolladas a continuación.

Tabla 15. Evolución conceptual del Turismo Comunitario.

Evolución conceptual del TC	Desarrollo local e inclusión Carta del turismo Organización Mundial del turismo Declaración de Manila Carta del turismo Instituciones e investigaciones norteamericanas Corrientes conceptuales: turismo de base local, rural, indígena
	Turismo sostenible y eco turismo Sostenibilidad en prácticas del Ser Humano Energía por proteger- recursos naturales Corrientes conceptuales: ecoturismo indígena y comunitario
	Turismo comunitario Convenio 169 de la Oficina Internacional del Trabajo OITDerechos indígenas Corrientes conceptuales: turismo aborigen y étnico Reciente evolución conceptual: turismo rural comunitario y turismo comunitario

Fuente: Elaboración propia a partir de Cabanilla y Garrido (2018).

La construcción histórica del concepto de turismo comunitario (Tabla 15), tiene sus inicios en la (Organización Mundial del Turismo OMT, 1980) donde se destacan ciertos aspectos, recogidos desde la creciente demanda de varios territorios que se sentían desplazados del modelo de planificación turística a gran escala, así esta contribución mundial abre un espacio para terminar con la preponderancia nacional en la planificación del turismo y dirigir la atención a lo local como una nueva escala a incorporar.

Cinco años más tarde, la Carta del Turismo (OMT, 1985) refuerza algunos de los temas de la Declaración de Manila, que provee recomendaciones a las poblaciones locales. A partir de estas declaraciones aparecieron artículos y manuales que dieron pautas a los planificadores locales para trabajar en la organización y posterior desarrollo del turismo desde lo local, ejemplos relacionados con el turismo desarrollado por las comunidades, destacando aspectos claves como el beneficio económico del turismo rural, la posible creación de empleos, el aumento de oportunidades para fortalecer e integrar la cadena productiva para empresas locales, la posibilidad de visibilizar a las comunidades por medio del turismo, entre otros. Tal es el caso del artículo: “Tourism Development: A Potential for Economic Growth”, realizado desde un subcomité del Congreso Norteamericano (Weaver, 1986). Simultáneamente al estudio se realizaron varios manuales cuyo objetivo fue facilitar la tarea de mercadeo para pequeñas comunidades, como el libro titulado Rural Tourism: Marketing Small Communities, en el cual se presentan algunas alternativas y recomendaciones para implementar planes de mercadeo diseñados para aprovechar el impulso con el que contaba al momento el turismo de base local (Heatherington, 1988).

La siguiente década aportó considerablemente artículos y manuales con el propósito de contribuir al proceso de desarrollo local que continuaba en pleno crecimiento. En 1994, Potts, publicó el manual Desarrollándose Naturalmente cuyo contenido describe una facilidad y flexibilidad en el proceso de desarrollo local turístico. La finalidad fue trabajar con localidades pequeñas (comunidades) que estaban explorando el turismo como una actividad que se podría vincular a sus economías, según el manual, se debe trabajar sobre el principio que manifiesta: no todas las comunidades están adecuadas para el desarrollo del turismo, ni el turismo es adecuado para todas las comunidades, por lo cual los procesos de trabajo participativo son básicos para la construcción

de un nuevo escenario local que podría incorporar al turismo entre sus actividades productivas (Potts, 1994).

Así se establece como la década de mayor aporte a la academia, por un lado, se dan a conocer artículos de relevancia sobre el tema impactos culturales y naturales (positivos y negativos) en las comunidades locales Bowling (1992) la Organización Mundial del Turismo (1997), emitió un informe llamado Rural tourism: a solution for employment, local development and environment fruto de un encuentro mundial en el que se recopilaron las exposiciones y los casos de estudios de varios países y se determinó que el turismo local puede ser una alternativa para varios temas cruciales de la época como el empleo, el desarrollo rural y la protección ambiental.

Es preciso mencionar la declaratoria de Lanzarote (1995), Montreal (1996) y Berlín 1997, que reforzaron el concepto de sostenibilidad, pues todas ellas trataron sobre la relación entre turismo y ambiente, y evidenciaron una actividad turística que provocó muchos impactos ambientales, en algunos casos irreversibles. De forma similar, se publicó el Código de Ética del Turismo (OMT, 1999) que manifiesta como uno de sus fines el “promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad”.

Como última declaración, está la de los Objetivos del Milenio (ONU, 2000) que no es específica para el turismo como las dos anteriores, sin embargo, es considerada como una fuerte contribución en el concepto del turismo como promotor de desarrollo a nivel local y, por lo tanto, como una actividad que puede ser usada para conseguir los llamados objetivos del milenio, a nivel mundial. Tanto es así, que, en la planificación estratégica del turismo ecuatoriano, plasmada en el documento llamado “PLANDETUR 2020” (Ministerio de Turismo, 2007a), se encuentra una completa referencia a estos

objetivos que en el documento están entrelazados con la propuestas y fines de dicho plan.

3.2 Datos básicos sobre las experiencias de Turismo Comunitario en Ecuador

A partir del año 1996, se evidencian estudios sobre las experiencias de TC en Ecuador, el primero, fue elaborado por Jean G. Colvin (1996), realiza su trabajo en Capirona, bajo el enfoque ecoturístico, y destaca la presencia de un líder local como un mentor de esta iniciativa. Dicho trabajo informa sobre la presencia de una ONG alemana como sustento en el desarrollo y comercialización de los servicios ofertados y, sobre el manejo con base en una empresa colectiva. Además, anota el auspicio recibido por parte de la Universidad de California en temas como la gestión estratégica o el manejo operativo y económico del proyecto.

Otro estudio se produce en la zona amazónica del Cuyabeno, en el mismo año 1996, auspiciado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). Wunder (1996) presenta los resultados de su investigación con comunidades cofanes, quichuas y siona-secoyas. La investigación describe la operación turística que estaba en marcha en estos territorios, vuelve a proponer el esquema de una empresa proactiva como un modelo que puede mejorar los procesos y propone un empoderamiento gradual para que la comunidad tenga mayores controles sobre la gestión del turismo. Así el turismo propicia la conservación, puesto que descompone las iniciativas extractivistas que puedan presentarse en un territorio, al tener al ecoturismo como una fuente de ingresos.

En 1998, Epler Wood presentó un informe bajo el impulso de la ONG internacional The Nature Conservancy (TNC), sobre la relación entre el

ecoturismo y las comunidades en Ecuador. Se destacó la figura del ecoturismo como una forma para generar ingresos y, aunque reconoce el déficit en los logros de las ONG's en algunos puntos, remarca esta gestión internacional mencionando que estos agentes “han jugado un papel cada vez más importante apoyando proyectos de ecoturismo en países en vías de desarrollo” (Epler, 1998: 9). A partir de otras iniciativas en marcha como Kapawi en la Amazonía sur, Playa de Oro en la costa norte y Alándaluz en la costa central, de las que sustraen los resultados del Foro Nacional sobre la Participación Comunitaria en el Ecoturismo, celebrado en 1996, mediante el cual y bajo la inquietud del creciente número de iniciativas ecoturísticas que fracasaban en su intento de implementar un emprendimiento de turismo comunitario en Ecuador y en otros países del mundo, se presentan recomendaciones en diversos temas como intervención de las ONG's, capacitación, desarrollo de infraestructura, aportes al modelo empresarial comunitario, uso y propiedad de los territorios, La gestión del turismo como una alternativa, iba, multiplicándose sin bases sólidas en el Estado ecuatoriano (Cabanilla y Garrido, 2018).

En los años 2000 surgen Alianzas entre Estado, Empresa y Comunidad como producto del Encuentro Técnico Internacional sobre Gestión del Turismo Sostenible y Competitivo realizado el 2001 en la ciudad de Otavalo en Ecuador. De aquí, nace la declaración que en uno de sus postulados recoge que el turismo rural comunitario debe “[...] promover las expresiones genuinas de la identidad cultural de los pueblos indígenas, sus valores, símbolos y costumbres, los mismos que constituyen una fuente de diferenciación y competitividad para sus productos turísticos” (OIT: 2001: 2), además del mandato de OIT (la Declaración de Otavalo) a los países signatarios, la primera asociación de Turismo Comunitario en Latinoamérica llamada FEPTCE que, bajo decreto del Ministerio de Turismo, se configura como una organización sin fines de lucro y cuya misión es “Promover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario en Ecuador, respetando su racionalidad y favoreciendo su posicionamiento e

identidad propia en el sector turístico nacional, mediante mecanismos transparentes de cogestión técnica y financiera” (FEPTCE, 2002).

Para el año 2004, la Declaración de San José de Costa Rica, ofrece más pautas y parámetros sobre los cuales se va aportando al fortalecimiento del turismo comunitario. En 2004, una consultoría contratada por el Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros del Ecuador (PRODEPINE en adelante) visibilizó la diversidad de iniciativas. El documento visualiza (describe) a los actores locales y sus relaciones con otras instituciones. Al mismo tiempo, pone de manifiesto la acción de varias redes locales como la FEPTCE y su compromiso por ser una entidad que aglutinaría a las iniciativas locales. Según el informe PRODEPINE, en Ecuador 2004, existían ciento dos iniciativas de turismo comunitario (Marchán, 2004). Así se obtuvieron indicadores de importancia en varios aspectos de este modelo de gestión, se recopiló información de 55 comunidades para elaborar un primer perfil de turismo comunitario en Ecuador (1991-2004).

La presencia del turismo comunitario continuó y se duplicó en investigaciones y libros, informes y artículos producidos e interpretados por agentes exógenos en dos formas:

En la primera, como consecuencia de la divulgación de publicaciones realizadas en (1991-2004), se encuentran los trabajos de Stronza (2005) quien realizó un estudio etnográfico desde la óptica visitante-anfitrión en la comunidad Infiernillo en la Amazonía peruana, utilizó material producido por (Epler, 1998; Borman, 1999 y Wunder, 1999) sobre la Amazonía ecuatoriana como los casos que sostienen los beneficios de la relación entre el ecoturismo comunitario y la sostenibilidad ambiental. Sus aportes son especialmente de interés en su descripción sobre el proceso de estructuración de la acción colectiva sobre una nueva actividad en el territorio. Zeppel en otro libro, titulado *Indigenous Ecotourism, Sustainable Development and Management*

(2006), recopila investigaciones sobre el turismo comunitario en Ecuador donde recopila casos de estudio de diversos países africanos, asiáticos y latinoamericanos, con lo que demuestra el alcance y la presencia del llamado ecoturismo comunitario y como éste trasciende límites continentales. Menciona la importancia que ha alcanzado el turismo en el territorio ecuatoriano, donde ha sido clave para que los indígenas accedan a sus derechos como, por ejemplo, la propiedad de sus territorios y el cuidado de la biodiversidad en su contexto. Por otro lado, se destacan los estudios de caso de (Drumm, 1998), (Wesche y Drumm, 1999), así como la gestión del proyecto REDTURS de la OIT.

La segunda publicación fue el de Manual de Viaje Responsable (2006), en el que se sintetizan varias experiencias a nivel mundial y donde, para el caso ecuatoriano, se destaca la oferta de turismo comunitario en varios lugares del país, aunque al mismo tiempo se menciona que de cien iniciativas financiadas tan solo cinco habrían sido exitosas en ese tiempo (Mader, 2006). Se necesitaba un planteamiento mejor estructurado, pues lo más evidente eran unos recursos que no conseguían los fines propuestos y una gestión (pública, privada y comunitaria) que no se retroalimentaba sobre los resultados de sus metas. Así, la investigación sobre el turismo comunitario se iba afianzando (Cabanilla y Garrido, 2018)

Actualmente, al revisar los repositorios de las universidades ecuatorianas, se evidencian trabajos de pre y postgrado en temas relacionados con el turismo comunitario, por lo cual es válido mencionar que esta temática está formando un amplio bagaje de aportes desde la academia. Entre ellas, están la Universidad Andina Simón Bolívar, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), la Universidad de Especialidades Turísticas (UCT), la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), la Universidad Central del Ecuador (UCE), la Escuela Superior del Litoral (ESPOL) y la Universidad Técnica Ambato (UTA).

Surge la transdisciplinariedad y aparecen aportaciones desde otras disciplinas como la antropología, donde se cuestiona la efectividad del turismo en comunidades como una estrategia para fortalecer la conservación ambiental (García, 2010). En el año 2007 se realizaron notables publicaciones sobre el turismo comunitario en Ecuador. Pero queda aún por trabajar en conjunto con otras disciplinas como: economía, folklore, gastronomía, responsabilidad social, marketing, entre otras... Muchos de estos trabajos de investigación fueron casos de estudio, especialmente relacionados con el ecoturismo comunitario o con el llamado turismo indígena.

Los casos sobre ecoturismo comunitario realizados por (Highman, 2007), en la cual se realizó una evaluación crítica de los resultados logrados por esta modalidad turística en Ecuador y a nivel mundial, destacando entre ellos el libro compilado por (Ruiz y Solís, 2007), el cual recopiló varios trabajos, de carácter etnográfico, con datos preliminares del turismo en Ecuador y otra con estudios sobre las comunidades de Machacuyacu, Caguanapambapamba, Sisid, Tunibamba, Huertas y Agua Blanca. Los investigadores dan a conocer, desde un eje antropológico, el surgimiento y la situación al momento de estas iniciativas (Ruiz y Solís, 2007). El trabajo realizado por Ruiz (2007), se convierte en la base para varias publicaciones en los próximos años.

Las fundaciones internacionales, al igual que varias empresas, continuaron implementando acciones directas sobre el desarrollo del turismo comunitario ecuatoriano como la Guía de Buenas Prácticas para las Organizaciones del Caribe, donde se cita que del estudio de casos ecuatorianos y de otros países se han determinado cuatro factores clave para el desarrollo de los CTC: primero acceso al mercado, segundo factibilidad comercial, tercero políticas públicas y cuarto implementación de acciones para adecuar el producto turístico a las comunidades receptoras Organización de Turismo del Caribe (CTOCT, 2006).

En el año 2008, se registran nuevos aportes y conclusiones de varias ONG extranjeras, como el reporte de la Fundación española La Caixa, en el cual da cuenta de su programa de cooperación para el desarrollo. En este informe se recogen diferentes aspectos de varios CTC en Ecuador como Isla Corazón, Agua Blanca, Pital, Runa Tupari, entre otros. Sin embargo, su discurso no reconoce al turismo comunitario como un modelo de gestión. Oprimiendo al turismo comunitario bajo el concepto de sostenibilidad cuando menciona que “la expresión turismo sostenible engloba, por tanto, otros conceptos como el ecoturismo o el turismo comunitario, cuyos ámbitos de actuación son más limitados” (La Caixa, 2008: 33).

Para el año 2008, hubo varios aportes de investigaciones sobre el desarrollo del turismo comunitario en Ecuador, entre los cuales se destaca el trabajo de (Inostroza, 2008), un artículo que concibe el turismo comunitario como un modelo de gestión que podría fortalecer la sostenibilidad, destacando además que pueden generarse otras ganancias fuera del aspecto económico (Inostroza, 2008). También aparece un segundo artículo de Ruiz (2008), el cual muestra resultados sobre la conceptualización del turismo comunitario por parte de las comunidades que fueron visitadas por el grupo de investigadores (Ruiz et al., 2008). Por otro lado, un importante libro que recoge varias experiencias de turismo comunitario fue la recopilación de Stronza y Durham (2008), donde se reúnen varios casos de estudio para el país, algunos de ellos sobre los grupos étnicos de cofanes, waoranis y de los Achuar. Este libro trata de experiencias que tuvieron relación con ONG's estadounidenses, por la estrecha vinculación con la conservación del entorno ambiental (Stronza y Durham, 2008). De la misma autora, se encuentra un artículo que compara emprendimientos en Bolivia, Perú y Ecuador, ubicados en la Amazonía, y su mayor aportación es la comparación entre estos emprendimientos (Stronza y Gordillo, 2008).

En el año 2009, la experiencia ecuatoriana era tomada en cuenta para otros países y aparecen guías turísticas de áreas protegidas, en las cuales se recogen las ofertas comunitarias como la guía turística de la Reserva Ecológica Cayambe-Coca, del 2009, en la cual se encuentra información de los CTC en Paquistancia, la Chimba y Oyacachi (Lasso, 2009). De igual forma, aparecerán las primeras guías para el estudio del turismo comunitario ecuatoriano, producidas por investigadores nacionales, como la Guía básica de estudio de turismo comunitario y solidario, elaborada por William Ochoa 2009, quien además fue miembro del directorio de la FEPTCE (Ochoa, 2009).

En el año 2010, se publican artículos sobre casos de estudios puntuales como la Ruta Kichwa, en la zona de Loreto, y el caso de la comunidad de Añangu, comunidad Kichwa que habita en la periferia del Parque Nacional Yasuní. Las agencias de desarrollo internacional continuaron con sus programas de apoyo y la socialización de algunas acciones. La Fundación CODESPA publicó en 2010 un modelo para planes de negocios, de lo que llamaron OTC (Operación Turística Comunitaria), documento bilingüe (Kichwa- español) que sirvió como base para el trabajo que hizo esta ONG en el centro del país (CODESPA, 2010). Lo que se destaca en el 2010 es un aporte sobre el desarrollo de RICANCIE y el ecoturismo comunitario, que, desde una visión antropológica, enmarca la actividad en lo que denominaron capitalismo indígena, descrito como una forma de desarrollo híbrida, con fortalezas y debilidades en un proceso de legalización y fortalecimiento (Hutchins y Wilson, 2010).

En 2011, se diversifican aún más los aportes de investigadores ecuatorianos: se encuentran reportajes en revistas especializadas, como el caso de Isla Corazón (Anhalzer, 2011), ponencias en eventos internacionales sobre la sostenibilidad del turismo comunitario en Ecuador (Dillon, 2011), su aporte esperado en el desarrollo de las comunidades rurales (Estrella, 2011), estudios

de caso sobre rutas, como el caso de Lita y las siete cascadas (Salas, 2011), o el de las comunidades en la zona de Manglaralto y Colonche (Zambrano, 2011). Por otro lado, existen varios artículos sobre casos puntuales, como el trabajo de (Carpentier, 2011) sobre la provincia de Pastaza que se enfoca en la relación de una comunidad turística con una empresa petrolera. Otro trabajo interesante fue el de (Delisle y Jolin, 2011) que concibe al turismo comunitario como una forma de apuntalar la existencia de otro modelo turístico a nivel mundial. También se encuentran propuestas teóricas como la de Fernández (2011), quien desarrolla una comparación entre el turismo comunitario y las empresas de base comunitaria, tratando de develar su relación o subordinación, y que finalmente concluye que el turismo comunitario es un modelo de gestión complejo, el cual es además una base importante para determinar el éxito de las empresas de base comunitaria.

En el año 2012, continúan varios estudios de caso, como lo fue el de San Clemente, en el cual se evidencian cambios positivos a causa del turismo comunitario (Cadena y Cabrera, 2012), al igual que la simbiosis que se fortalece con las áreas protegidas, como lo demuestra el caso de las comunidades alrededor de la Reserva de Producción Faunística del Chimborazo (Freile, 2012). Los aportes de investigadores ecuatorianos son parte de libros, como el estudio sobre la REST y los retos que tenía en su desarrollo (Mora en Pineda y Krainer, 2012), o el estudio de los impactos que generaban la urbanización y especulación de bienes raíces en lugares como Cotacachi, donde funciona el CTC Runa Tupari (Quishpe y Alvarado, 2012).

Se destacan aportes que resaltan la importancia política del turismo comunitario en la construcción del Sumak Kawsay (buen vivir), como un valor agregado y como una estrategia para el cambio de la matriz productiva del país (Ramírez, 2012). Aparecen nuevas fundaciones internacionales como Beyond Chacay Foundation, que comenzó con algunas intervenciones en ciertas

comunidades del norte del país, centrando su atención en la operación de tours desde países del norte (BCF, 2012), al mismo tiempo que se continuaba con otras intervenciones, como la de Fundación Solidaridad de España en el Río Napo, quienes para este año difundieron un nuevo código de conducta para la Red Solidaria de Turismo de la Ribera del Río Napo, REST (REST, 2012). Inclusive aparecerán documentos que recogen y validan la presencia comunitaria, como un actor importante en el desarrollo turístico, como lo demuestra el documento de la WWF sobre el modelo ecoturístico en Galápagos (WWF, 2012). Sin embargo, cabe señalar que en este año se evidencia una caída de los procesos y programas de intervención, debido a varias amenazas mundiales como las crisis económicas en países clave como España, junto con las rígidas relaciones del gobierno ecuatoriano con otros organismos como la USAID.

El ejemplo ecuatoriano continuó sirviendo de referencia para varios investigadores a nivel mundial, es el documento de la fundación Tourism Watch sobre el seguimiento de los programas de sostenibilidad especialmente en África, Asia y Latinoamérica (Kamp, 2012). Ruiz realizó una nueva publicación sobre la comunidad de Agua Blanca, con énfasis en los procesos de gobernanza y en la creación de nuevos escenarios comunitarios (Ruiz y Gual, 2012).

La tendencia de trabajar TC que se visualizó en 2012 se confirmó en 2013, año en el que hubo menos programas de intervención. Los trabajos académicos de pre y postgrado son cuantiosos, especialmente en la investigación sobre casos de estudio que tienen diferentes miradas. Se publicó el Manual de Buenas Prácticas para Turismo en Áreas Naturales con Gestión Comunitaria (Revista Líderes, 2013).

También se encontraron diversas publicaciones que no solamente rompían la territorialidad, sino que además aglutinaban nuevas miradas y comparaciones, como el estudio de las “Políticas públicas para la economía

social y solidaria. Caso de estudio de Ecuador”, en el cual se recogen los aportes de los CTC (Andino, 2013), o la guía electrónica de organismos, empresas y redes que se relacionan con el TC, que permitió visualizar el número y la calidad de páginas y perfiles en línea de CTC en el continente americano, que ofrecen servicios turísticos y se autoevalúan dentro del modelo de gestión del turismo comunitario.

El año 2014 marcó profundamente este abandono de las fundaciones y los proyectos de asistencia a las comunidades, vacío que no ha sido sustituido por agentes endógenos, por lo que en este año lo característico fue el abandono y las escasas intervenciones. Finalmente, para el año 2014, la tónica de publicaciones con referencias sobre el turismo comunitario en Ecuador se mantuvo, pero fue evidenciándose cada vez más una brecha muy grande entre lo publicado con respecto al estado del arte en el país. En 2014, aumentan las publicaciones en revistas indexadas ecuatorianas, al mismo tiempo que crece el número de trabajos para cumplir los requisitos de tesis de grado y postgrado.

En el año 2015 en adelante se produce un aporte importante a través de documentos escritos y siendo los de Cabanilla los más desarrollados desde la disciplina de la antropología, autor que ha investigado sobre el desarrollo y características del turismo comunitario en Ecuador. Asimismo, ha publicado varios libros y artículos relacionados con diversos temas del turismo en Ecuador, investigaciones sobre tendencias en empresas y destinos turísticos sostenibles, manuales para desarrollo de PYMES y para trabajo de campo con comunidades rurales. Llegando a la conclusión de que turismo comunitario en los próximos años deberá seguir enfrentando muchos de los problemas que heredó desde finales del siglo XX: conectividad, escasez de servicios básicos, diversificación de oferta, falta de capacitación en operación turística y en mercadeo, poco manejo de idiomas extranjeros, insuficiente profesionalización del personal entre otros (Cabanilla y Garrido, 2015)

En años más recientes como el 2017 y el 2018, la producción científica es más específica en Ecuador para el estudio de esta práctica del TC, con tesis doctorales que aportan sugerencias y recomendaciones adecuadas y precisas para el funcionamiento y ejecución de dicha actividad en el territorio ecuatoriano, los resultados de todo el camino recorrido durante más de 30 años invitan a pensar que el turismo comunitario se está perfilando como una actividad diversificadora del tejido económico y las fuentes de ingresos de algunas comunidades indígenas. Al mismo tiempo, este tipo de turismo ha ido adquiriendo una presencia emergente dentro de la oferta turística ecuatoriana. No obstante, diversas son las dificultades con las que el turismo comunitario tiene que enfrentarse, a fin de alcanzar un mayor desarrollo y lograr un verdadero reconocimiento como actividad turística en Ecuador (Morales, 2017).

3.3 Marco normativo y políticas públicas

A pesar de que las primeras experiencias de TC se dieron en el año de 1990, durante varias décadas este tipo de turismo adolecía de un reconocimiento y regulación legal por parte del estado Ecuatoriano, por tal razón las comunidades ejecutaban sus actividades de manera informal, sin control, a pesar de esa ausencia de regulación la cantidad de iniciativas fue en aumento con mayores ejemplos en la región Amazónica, seguida de la región Sierra o Andes y la región Costa, iniciativas que en su mayoría surgieron con el apoyo financiero externo, procedente de Organizaciones no Gubernamentales (ONG's) y Agencias de Cooperación de diferentes países (Estrella Durán, 2007).

Una vez transcurridas tres décadas después del nacimiento de las primeras experiencias, es decir inicios del siglo XXI, es cuando en Ecuador se comienzan a establecer normas legales y programas públicos de apoyo al TC, que en sus inicios estuvieron muy relacionados con el ecoturismo.

Específicamente en el año 2001 el MINTUR y la Asociación de Ecoturismo (ASEC), a través de un convenio interinstitucional, elaboraron un primer Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad en el que se promovió la legalización de las operaciones ecoturísticas comunitarias. Reglamento que fue aprobado oficialmente en junio de 2002 mediante el Decreto 2686²

Al mismo tiempo en el año 2001 se desarrollaron los primeros talleres en los países andinos para el desarrollo de la actividad turística comunitaria, en los países andinos; el primero en Lima (Perú) en el mes de marzo³, el segundo en La Paz (Bolivia) en julio⁴ y el tercero en el Puyo (Ecuador) en agosto⁵. En dichos talleres se intercambiaron experiencias de turismo comunitario, tomando como referencia alrededor de 20 estudios de caso de los países participantes. El tema central tratado fue sobre las condiciones para el desarrollo de un turismo sostenible desde la perspectiva de las comunidades indígenas y las relaciones que éstas esperaban establecer con los otros actores del sistema turístico (el Estado y el sector privado en particular). En el mes de septiembre de 2001, en Ecuador se emitió la Declaración de Otavalo, a través de MINTUR, la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE), el Municipio de Otavalo y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se analizó como la gestión del turismo sostenible y competitivo, alianzas entre Estado, empresas y comunidades (Maldonado, 2006).

Para el año 2002 fue decisivo el TC en Ecuador ya que se creó FEPTCE, que fue reconocida oficialmente como representante e interlocutor en nombre de este sector. Al mismo tiempo esta modalidad de turismo es citada en la Ley de Turismo por primera vez, ley que fue aprobada en el mismo año, y que, con

² <http://www.derechoecuador.com/productos/productos/catalogo/registrosoficiales/2002/junio/code/17577/registro-oficial-4-de-junio-del-2002#anchor138931>

³ OIT; Turismo, mercado y sostenibilidad, documento núm. 136, Lima, marzo, 2001.

⁴ OIT; Turismo Sostenible con comunidades indígenas: Mercado y sostenibilidad, documento núm. 138, La Paz, julio 2001

⁵ OIT; Turismo Sostenible: Estado, comunidad y empresa frente al mercado. El caso de Ecuador, documento núm. 140, El Puyo, agosto 2001.

la única modificación en el año 2008, sigue vigente hasta la actualidad. En esta ley se menciona como uno de los objetivos principales: “Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas, incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades”. De la misma forma se establece que uno de los principios que toda iniciativa comunitaria, ya sea indígena, campesina, montubia, afro-ecuatoriana, podrá participar en la presentación de servicios turísticos en los términos previstos en dicha ley y sus reglamentos.

En 2003 fue aprobada la Declaración de San José, con el objeto de preservar la identidad cultural y la autenticidad de los destinos turísticos comunitarios.

Para el año 2006, en Ecuador a través del Acuerdo Ministerial n° 20060044, el MINTUR expidió de común acuerdo con la FEPTCE el Reglamento de Centros Turísticos Comunitarios, que recoge las exigencias que una comunidad debe cumplir para prestar servicios turísticos (Estrella Durán, 2007). Y se estableció una central de reservas: el Centro de Información y Comercialización del TC en Ecuador (CITURCE) (FEPTCE, 2007).

Posteriormente, en el año 2011 se propuso en Ecuador el Programa Consolida Turismo Comunitario, Sin embargo, el programa no fue considerado finalmente como prioritario por parte del MINTUR. En 2013 el MINTUR formuló el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2020 llamado (PLANDETUR 2020), que constituye una política nacional referente en esta materia. Uno de los ejes estratégicos del PLANDETUR 2020 es el programa de Destinos y Facilitación Turística, dentro del cual se hace especial énfasis en el fortalecimiento del turismo comunitario.

Finalmente, en el año 2015 el MINTUR diseñó el programa denominado Minka Nacional de Turismo Comunitario. Éste, que se encuentra actualmente en funcionamiento, tiene como ejes primordiales: dar a conocer los requisitos y procedimientos para el registro de las comunidades como CTC's, capacitar en el área de gestión turística y difundir información de los casos de éxito. Hasta el momento el MINTUR ha puesto en marcha este programa en siete de las nueve zonas de planificación en las que está dividido el país para la aplicación de las políticas del Gobierno Nacional.

En conjunto, el turismo comunitario ha experimentado en Ecuador una importante transformación en las décadas recientes. A ello han contribuido las diferentes políticas y programas de apoyo del Gobierno Nacional, aunque su papel ha sido bastante limitado. Así, en la actualidad el MINTUR apoya el fortalecimiento de la asociatividad y la operación turística a través de asistencias técnicas prestado al sector a través de estos proyectos. Más allá de las medidas de apoyo económico, el desarrollo del turismo en las comunidades requiere una colaboración participativa y el trabajo conjunto de los diferentes actores implicados.

En este sentido, sería necesario mejorar el clima de confianza entre el MINTUR y las comunidades, una tarea que, según los datos recabados en nuestra investigación, constituye todavía una asignatura pendiente. Además, otro limitante al que se deben enfrentar las comunidades está relacionado con asuntos internos de las mismas, ya que en algunos casos los proyectos turísticos no han sido socializados con la totalidad de sus miembros, implicando un grado de responsabilidad social no acogido entre todos los actores, por lo que no existe un consenso general para emprender estas actividades.

Una vez resumido el marco normativo y las políticas públicas en Ecuador, ahora corresponde examinar el impacto del TC en términos económicos y sociales, a partir de la información existente y disponible.

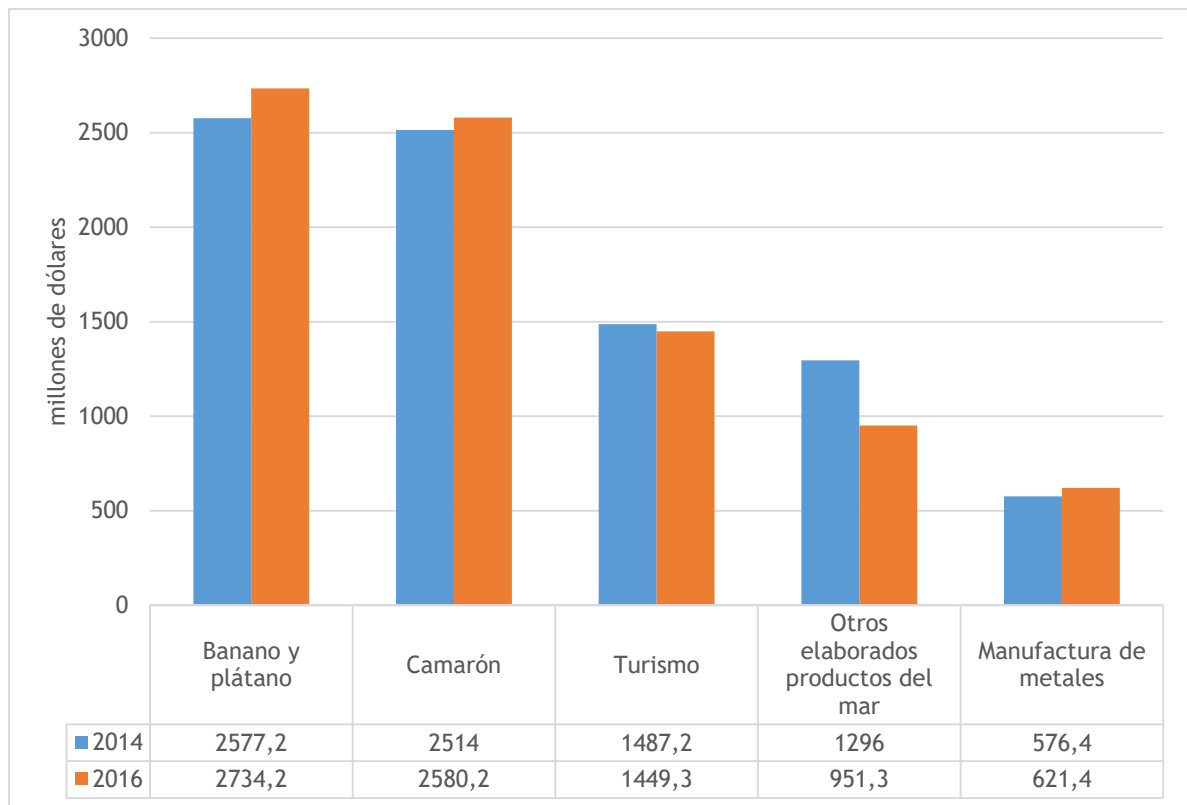
Posteriormente el objetivo se fija en demostrar su importancia en la provincia de Santa Elena, lugar seleccionado como objeto de estudio.

3.4 El impacto del Turismo Comunitario; aspectos económicos y sociales

La tesis doctoral de Castillo (2018) destaca que, en las últimas décadas, el turismo se ha mostrado como una actividad con potencial para diversificar la estructura económica de los países frente a actividades económicas tradicionales. Ecuador, un país con una estructura productiva muy dependiente del sector primario, con la necesidad de diversificar su matriz productiva y generar nuevos ingresos que mejoren su economía, ha impulsado una serie de iniciativas en el sector turístico, el aumento de su importancia relativa durante el último decenio, tanto en el PIB como en el empleo y también en la generación de divisas. Así, según los datos publicados por el MINTUR, las actividades de alojamiento y servicios de comida y bebida generaban en 2016 el 6% del empleo total del país (4,4% en 2010); la llegada de turistas extranjeros en 2016 fue de un aproximado de 1,5 millones, destacando los procedentes de Colombia (22,5%), Estados Unidos (18,8%) y Perú (10,4%); ello ha posibilitado que los ingresos de divisas por turismo ascendieran de 492 millones de dólares en 2007 a 1449,3 millones en 2016 y que el saldo de la balanza turística pasara en este mismo período de un déficit de 107 millones de dólares a un superávit de 649 millones. Como consecuencia (Gráfico 1), el turismo se ha consolidado como tercer rubro de las exportaciones (de bienes y servicios) no petroleros, superado por el banano, el plátano y el camarón⁶.

⁶ Cifras tomadas de: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portafolio/turismo-cifras>

Gráfico 1. Posición del Turismo en la Economía del Ecuador. Ingresos por turismo y por exportaciones no petroleras de enero a diciembre 2014-2016.



Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Turismo 2018.

Ecuador pionero en el TC en América Latina apostó por él, como una alternativa de turismo que trata de diferenciarse del turismo de masas, de sol y playa, que comparte la filosofía del turismo alternativo, del turismo responsable, del turismo accesible, del turismo sostenible, del turismo rural y del turismo de aventura cuya ejecución engloba la responsabilidad social, la sostenibilidad, el ambiente y lo ético.

Para entender el contexto de la propuesta ecuatoriana es importante detallar lo señalado por Rafael Correa en 2007, Presidente Constitucional del Ecuador:

Fomento de un turismo alternativo y sostenible. Ecuador dispone de un potencial turístico inigualable a nivel mundial por su diversidad. Su Naturaleza y sus culturas ofrecen oportunidades que han sido muy poco aprovechadas o que están siendo explotadas por muy pocas

personas y empresas. Con la estrategia turística que desarrollaremos, buscamos articular e integrar al mayor número posible de habitantes del país en los beneficios de esta actividad. Además, es necesario tener siempre presente que el potencial turístico resulta afectado cuando se desarrollan proyectos gigantescos, que por otro lado no resultan atractivos para el tipo de demanda que buscamos: él y la turista respetuosa del medioambiente y las culturas. Dicho esto, sin tratar de adelantar los elementos de la política turística en construcción, nos declaramos partidarios de un turismo comunitario, ecológico, cultural, artístico, educativo e incluso deportivo, en el que tendrán una activa participación los gobiernos municipales. El objetivo es democratizar el manejo del sector y sus utilidades, al tiempo que, vía turismo, se fomente particularmente a los emprendimientos (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2007).

En este contexto, un aspecto relevante es lo que señala el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida, en el cual se establecen cuatro ejes interactuantes y complementarios para lograr los objetivos en el largo plazo de Ecuador. Siendo uno de estos ejes la “Matriz productiva y los ejes estratégicos”, en donde se prevé que Ecuador para el 2030, exportará un 40% de servicios de alto valor agregado y con una participación relevante del turismo. En este entorno, uno de los objetivos nacionales para el Buen Vivir es: “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, siendo el turismo considerado un sector prioritario para la atracción de inversión nacional y extranjera; y en donde se busca posicionar el Turismo Comunitario como un producto turístico de vanguardia a nivel nacional e internacional, con la participación del estado, el sector privado y popular; entregando un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Ecuador, 2017).

Tabla 16. Líneas y variedades de productos turísticos específicos en Ecuador PLANDETUR 2020.

Líneas	Variantes	Líneas	Variantes
Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales
Sol y playa	Sol y playa		Reservas y bosques privados
Turismo comunitario	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales		Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas Populares		Deportes acuáticos
	Turismo religioso	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA's
	CAVE, Científico, académico, voluntario y educativo	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
	Haciendas históricas	Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Parques temáticos	Parques temáticos	Turismo de cruceros	Cruceros

Fuente: Elaboración propia a partir de TyL Informe Final PLANDETUR 2020.

Se trata de una oferta turística centrada en distintos productos, desplegados en el Plan Estratégico de Turismo Ecuador 2020, PLANDETUR 2020 (Tabla 16), que se enfoca en 11 líneas de turismo: Circuitos Generales, Sol y Playa, Turismo Comunitario, Turismo Cultural, Parques Temáticos, Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, Turismo de Deportes y Aventura, Turismo de Salud, Agroturismo, Turismo de Convenciones y Congresos y Turismo de Cruceros (Ministerio del Turismo del Ecuador, 2007).

3.5 Desarrollo del Turismo Comunitario en las comunidades. Indicadores

A continuación, se presenta un breve análisis de la oferta de CTC en el Ecuador y por provincias, tomando como base los datos estadísticos proporcionados por el MINTUR 2014 a 2016. Las cifras referidas al número de CTC's, según el Registro Oficial del Ministerio se limitaban en 2014 a 20 y en

2018 a 38 (Tabla 17) Por lo tanto, esos datos indican que esta modalidad de turismo, a pesar de haber experimentado un crecimiento en las últimas décadas y de ser considerada en la oferta turística vigente del país, aún se encuentra en una etapa incipiente y sumamente limitada.

En cuanto a la distribución de los CTC's en Ecuador (Tabla 17) se destacan dos provincias: Napo con 8 establecimientos y Orellana con 6 establecimientos, seguido de las provincias Chimborazo, Guayas y Santa Elena con 4 CTC's cada una, siendo muy fácil de explicar que la mayor concentración desde sus inicios en esta modalidad de turismo con CTC's sigue siendo la región Amazónica.

Tabla 17. CTC's registrados por MINTUR (2014-2018).

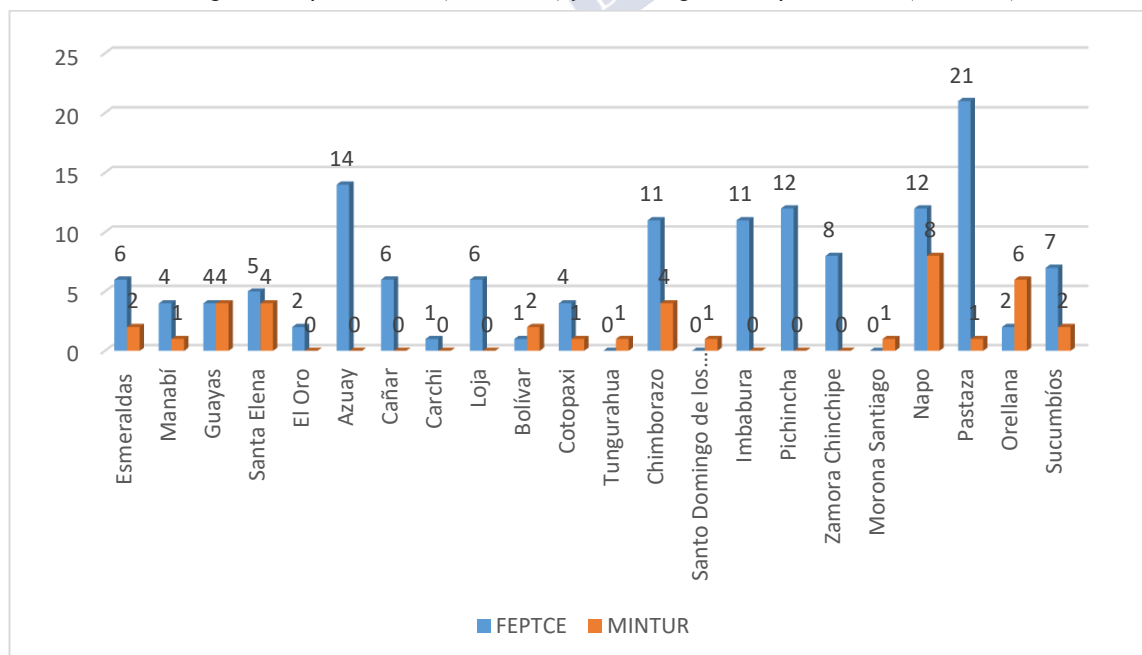
No.	Provincias	Centros Turísticos Comunitarios	
		2014	2018
1	Azuay	0	0
2	Bolívar	1	2
3	Cañar	0	0
4	Carchi	0	0
5	Chimborazo	2	4
6	Cotopaxi	1	1
7	Galápagos	0	0
8	El Oro	0	0
9	Esmeraldas	2	2
10	Guayas	1	4
11	Imbabura	0	0
12	Loja	0	0
13	Los Ríos	0	0
14	Manabí	0	1
15	Morona Santiago	0	1
16	Napo	5	8
17	Pastaza	1	1
18	Pichincha	0	0
19	Orellana	4	6
20	Santa Elena	1	4
21	Santo Domingo de los Tsáchilas	0	1
22	Sucumbíos	1	2
23	Tungurahua	1	1
24	Zamora Chinchipe	0	0
Total		20	38

Fuente: Elaboración propia a partir de MINTUR:
Catastro Turístico consolidado Nacional 2014-2018.

Para profundizar en la oferta de alojamiento del turismo comunitario en el país se va a utilizar la información de dos fuentes diferentes. Por un lado, están las cifras que se acaban de citar derivadas del registro oficial de CTC llevada adelante por el MINTUR para los años 2014 y 2016. Por otra parte, existen los datos de FEPTCE referidos al periodo 2000-2015, ya que aportan información sobre la fase de desarrollo en la que se encuentra cada CTC y también sobre la oferta de servicios complementarios.

En la tabla 18 puede verse la lista de CTC's contabilizados por cada fuente en cada una de las provincias. El aspecto central a destacar es que las cifras referidas evidencian enormes diferencias: mientras que FEPTCE contabiliza en 2019 un total de 137 CTC's en el país, los inscritos en el registro oficial del MINTUR son 38. El grado de cobertura del registro por el MINTUR es bajo en casi todas las provincias excepto Napo y Orellana situadas en la región Amazónica, seguido de la región Costa con las provincias Guayas y Santa Elena, y queda totalmente reducido las provincias de la región Andes o Sierra (Gráfico 2).

Gráfico 2. CTC's registrados por MINTUR (2014-2019) y CTC's registrados por FEPTCE (200-2015) en Ecuador.



Nota: Las provincias: Galápagos y Los Ríos no registras datos para esta actividad

Fuente: Elaboración propia a partir de datos FEPTCE (2000-2015) y MINTUR (2014-2018).

Tabla 18. CTC's registrados por FEPTCE (2000-2015) y MINTUR (2014-2019).

Registro			
Región	Provincias	Comunidad/organización FEPTCE 2015	Comunidad/organización MINTUR 2018
Costa	Esmeraldas	Balsa El Uñate; Las Manchas; Bellavista; Mompiche; Florida; FUNDECOL	Comuna Playa de Oro Comuna San Miguel
	Manabí	Las Tunas; Salango; Portovelo- Isla Corazón; Agua Blanca	Comuna las Gilces
	Guayas	Centro Shuar Tsuer Entsa Esplendor; La Esperanza Asociación de Trabajadores 5 de septiembre	Comuna Subida Alta Comuna cauchiche San Jacinto de santay Centro Shuar Tsuer Entsa Balao Chico
	El Oro	Costa Rica y La Puntilla	-
	Los Ríos	-	-
	Santa Elena	Libertador Bolívar; Manglaralto; Olón; PRODECOS; Dos Mangas	San Pedro; Dos Mangas Sachachún; Comuna Valdivia
Andes	Carchi	Mascarilla "GAEN"	
	Imbabura	Palo Amarillo; Runaturapi Peguche; Junín; Agato Chontal/Manduriacus; La Calera; Morochos; Tunibamba 1; Tunibamba 2; Santa Bárbara	
	Pichincha	La Chimba; Illolán; Mindo/Mindales; Loreto de PedregalUrauco Concepción; Monjas Chiriboga; Yunguilla Red de Turismo Mitad del Mundo; Santa Ana del Pedregal; San Miguel de Pedregal	
	Cotopaxi	Red de Turismo Sostenible Pastocalle Romerillos; CEPTUR Buena Vista	Organización Comunitaria de Desarrollo Lago Verde-Quilotoa
	Santo Domingo de los Tsáchilas	-	Casacoto Ruta Chiriboga
	Tungurahua		Comunidad de Pondo
	Bolívar	Salinas Centro	Asociación de Desarrollo Comunitario Piedra Blanca Matiavi Salinas
	Chimborazo	Guarugalla; Pilingui/San Pablo Casa Cóndor; Palacio Real/Sumak Kausaw CEDIA; CEDEIN; Pulinui/rasu Ñan Calshi; Nizag; San Francisco de Cunuguachay/Quilla Pacari; UCASAJ Sana Lucía de Chuqui Payo/visión Futura	Comunidad Palacio Real Asociación de Mujeres "Quilla Pacari" Comuna Tolte Moya La
	Cañar	Caguanapama Kuya llacta; Charón venta Kuya llacta; Chuchucán; Asociación Agrícola trabajadores 13 de mayo; ventanas; Sisid Añejo	
	Azuay	Chilcatotora; Aguarongo Madt. Producciones; Kushiwayra; Chobshi; Jima; Pacoloma; Pincipal huertas; Soldados; Canshote; Inmaculada barabón; El camen de jadán; Zhipta	
Amazonía	Loja	Ilíncho; Chamical gera; Las lagunas; Ñamarín; Oñakapak	
	Napo	Machuacuyacu, Capirona Chuva Urcu; galeras/Asociación verde sacha; Oyacachi; Pacto Sumaco; 27 de febrero runa Wasi; Río Blanco; Sinchi Pura wasila talag; runashito; Waysa Llaku/Alukus	Comunidad Kichwua; Unión Muyuna Comunidad de Shiripuno; Sinchi Warmi Comunidad Kichwa Sinchi Pura; Ecoaldea Shandia; Santa Rita; CTC Ayllu Awarina; Amarun Pakcha
	Orellana	Santa rosa de Suno/Waskila Yumo Añangu	Iripari Jungle Camp; Yaku Warmi; Carachupa Pakcha, Sacha Ñampi; Napo Cultural Center; Napo Wildlife Center
	Morona Santiago	-	Shuar Suwa
	Zamora Chinchipe	Nuevo Porvenir; Kimm; Isimanchi; San vicente; Oquideas; Shaim; Cisam; Martín Ujukam	-
	Sucumbíos		Sani Lodge; Shayari
Insular	Pastaza	Pavacachi; Elena Andi río Oglan; Hitukyaku; San José Wapuno; San Maiano; San Virgilio; Santa Cecilia de villano; Juan; vicente; Shuar Washintsu; Shikullín; Asawuanchu; Chaguamango; Santa Ana Guapuno	Sharamentsa
	Galápagos	no registra	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de FEPTCE (2015) y MINTUR (2019).

Las diferencias que se evidencian se pueden explicar, surgen por el hecho de que cada organismo, en este caso FEPTCE y MINTUR, exige una serie de requisitos distintos que cada comunidad debe cumplir para su inscripción lo que implica diferentes derechos y obligaciones (Tabla 19). En este sentido, el número drásticamente reducido de CTC's inscritos en la base de datos del MINTUR puede estar atribuido a que las comunidades aún presentan una notable resistencia a vincularse con ciertos procesos, que de alguna manera no son aceptados en el modelo de gestión comunitaria, como es el caso de recaudación de impuestos para el registro en el Servicio de Rentas Internas. Otra razón por la que las comunidades se limitan al registro es la necesidad de obtener un certificado de calidad para brindar servicios turísticos, debido a que constituye un trámite que requiere gestiones de cierta complejidad y duración que ya en varios casos culmina sin obtener un resultado. Así pues, algunos miembros de las comunidades consideran que el proceso de legalización en el MINTUR está muy centralizado y que, a cambio de aquellas obligaciones, ofrece el acceso a una reducida asistencia administrativa y técnica.

La existencia de una cifra considerablemente mayor de CTC's registrados en la FEPTCE se explica porque esta Federación está conformada especialmente por comunidades indígenas, esta particularidad crea un ambiente de confianza a la hora de tomar la decisión de formar parte de esta organización. De igual forma, los derechos que adquieren los CTC's al realizar su inscripción constituyen otro factor que incide para la toma de decisión de inscribirse en uno u otro registro, para ello MINTUR como ente rector se compromete a prestar apoyo a las comunidades, a través de asesoría legal, administrativa y técnica, vinculando a los programas y proyectos con especial atención en capacitación técnica y profesional (MINTUR, 2010), pero en la actualidad estos servicios son muy limitados. Por su parte FEPTCE recoge el derecho de sus miembros a participar en los programas y proyectos que lleve adelante la Federación, además de ofrecer capacitación en gestión ambiental,

mapeo y georreferenciación, asesoramiento en la estructuración de productos, promoción y comercialización y asesoría legal (FEPTCE, 2010).

Tabla 19. Requisitos solicitados por MINTUR y FEPTCE.

MINTUR	FEPTCE
Solicitud de registro	Solicitud de afiliación
Documento que respalde la personería jurídica de la comunidad	Copia certificada del Acuerdo/Resolución Ministerial que acredite la personalidad jurídica
Nombramiento que acredite la representación del peticionante.	
Acta de asamblea general	Acta de asamblea general
	Pago único de derecho de inscripción de la FEPTCE
Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas.	
Obtener el Registro único de contribuyentes (RUC) ⁷ , de la persona jurídica solicitante,	
Obtener la “Resolución de la Calidad Comunitaria”, expedido por la Subsecretaría de Pueblos e Interculturalidad de la Secretaría Nacional de Gestión de la Política.	Informe de la Comisión de Evaluación provincial o regional filial de la FEPTCE, que se trata de una comunidad u organización comunitaria.
Declaración de activos fijos para la Contribución del Uno por Mil.	
Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos.	
	Copia certificada del Estatuto aprobado vigente.
	Aprobación por el organismo directivo provincial o regional filial de la FEPTCE o por el Consejo Directivo FEPTCE

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación.

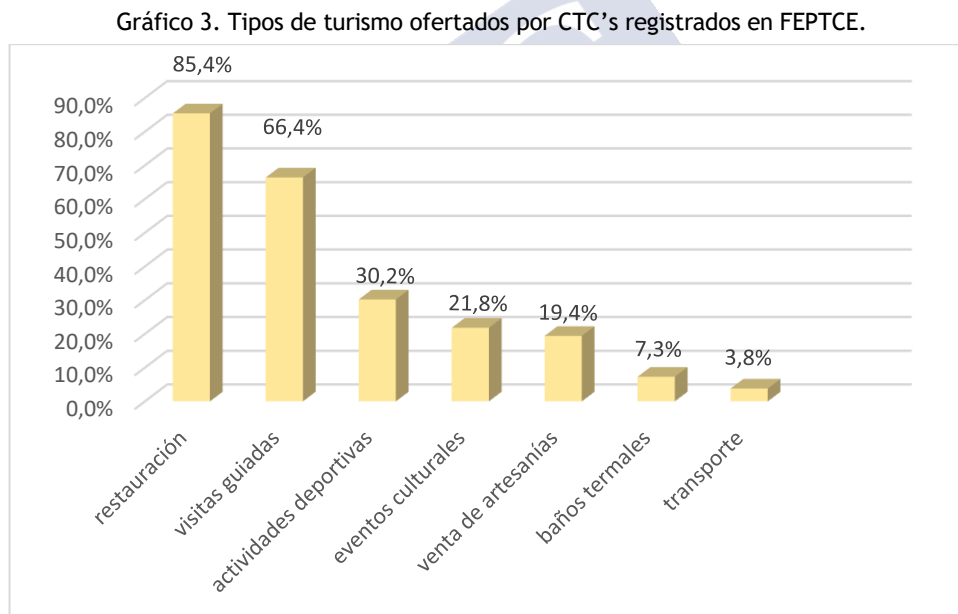
En función de lo mencionado por estos dos importantes organismos del TC para Ecuador, vamos a centrar nuestro análisis en los datos de la FEPTCE por la mayor cantidad de información, dejando para el final una referencia a los datos del MINTUR.

a. Oferta del turismo comunitario registrado por FEPTCE

Para el siguiente análisis estadístico se consideran 100 CTC's por ser los únicos que registraban datos de servicios de alojamiento, tomando en cuenta la motivación de los visitantes, las modalidades de turismo que se llevan a cabo en los CTC's en Ecuador, están relacionadas con turismo (cultural, vivencial, medicinal, arqueológico, religioso, agroturismo, ecoturismo y de aventura). De

⁷ El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen una actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional, o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos (SRI, 2015).

este modo, los datos reproducidos en el Gráfico 3 evidencian una preferencia en la mayor parte de los CTC's por la práctica de un turismo cultural y vivencial con los porcentajes más altos, seguidos por la práctica de turismo de aventura, agroturismo y ecoturismo, mientras que los que tienen poca preferencia son los tipos de turismo arqueológico, medicinal y religioso. Estos resultados confirman lo analizado al examinar el concepto de turismo comunitario, en el enfoque de que son la cultura, la artesanía, la gastronomía, las tradiciones ancestrales, el folklore, los paisajes preservados, los animales y vegetación protegida en su hábitat y vegetaciones protegidas en su hábitat natural, las piezas esenciales que despiertan el interés de los visitantes (Morales, 2018).

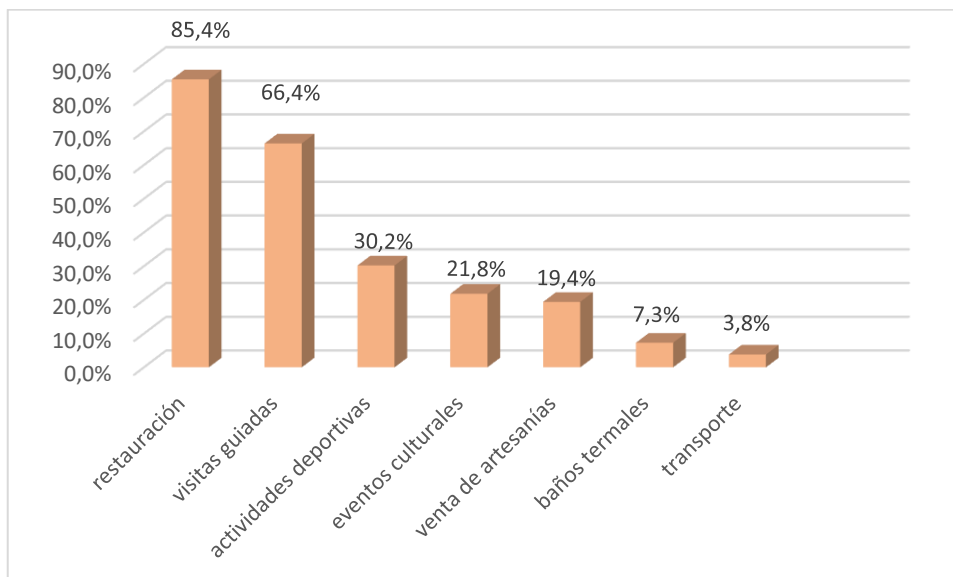


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de FEPTCE.

En paralelo con lo anterior los 100 CTC's que registran datos al respecto, sobre las actividades complementarias al alojamiento que tienen estos centros se basan en los recursos naturales y culturales existentes en las diferentes comunidades desarrollándose tanto internamente como externamente de los centros. De esta manera, el análisis sobre la oferta complementaria de dichos centros muestra que la restauración (gastronomía local) y las visitas guiadas (lagunas, cascadas, bosques, cuevas, avistamiento de animales, fotografía,

contemplación...) son las más frecuentes, seguidas de actividades deportivas (ciclismo, montañismo, escalada, cabalgatas, etc...) eventos culturales (música, danza, rituales, folklore), venta de artesanías, baños termales y transporte (Gráfico 4).

Gráfico 4. Actividades turísticas complementarias de los CTC's según FEPTCE 2015.

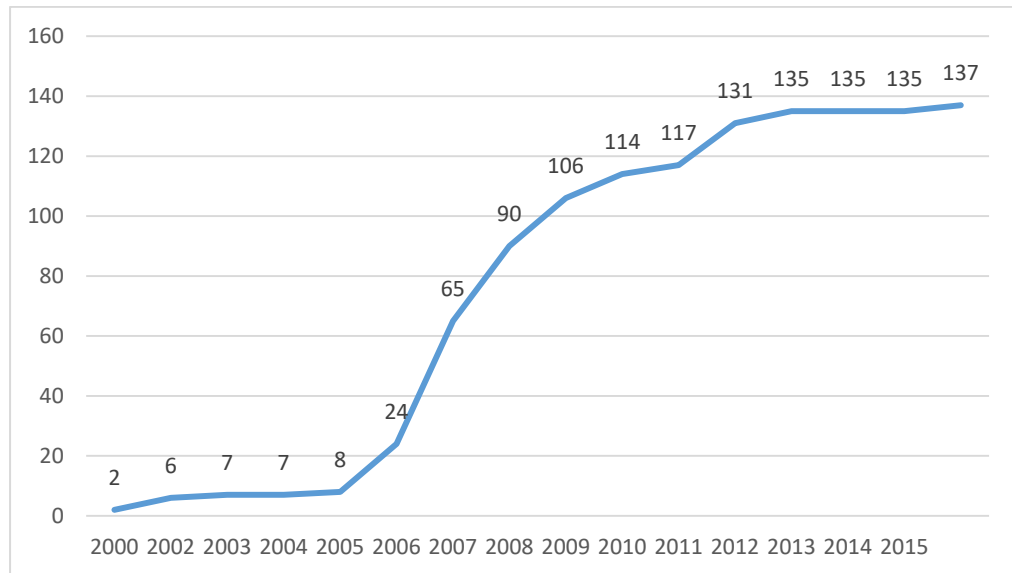


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la FEPTCE.

También es preciso analizar la evolución que tienen estos CTC's registrados por la FEPTCE desde el año 2000 al año 2015. En el Gráfico 5 se pueden observar tres momentos marcados que oscilan entre 3 y 4 años. El primero, que va del 2000 al 2004, refleja un crecimiento lento de este tipo de establecimientos, el segundo que engloba el periodo comprendido entre 2005 y 2011 en el que se refleja un crecimiento sustancial pasando a ser registrados de 8 a 131 CTC's, años en los que las comunidades se interesaron por la práctica del TC, y el tercer momento que comprende del 2012 al 2015, la evidencia que el auge del TC contribuyó a la consolidación de esta organización. A partir de su creación en el año 2002, paralelo con la Ley de Turismo, posteriormente el primer convenio entre esta entidad y el MINTUR en el año 2006 donde se expide el Reglamento oficial para el funcionamiento de los CTC's, documento reconocido de forma legal que permitió ingresar a la oferta turística del país.

(Estrella Durán, 2007). De modo que la información disponible muestra que la oferta de turismo comunitario va de manera pausada en los últimos años.

Gráfico 5. Línea de evolución de los CTC en Ecuador (2000-2015).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de FEPTCE.

Conviene aclarar que en la actualidad no todos los CTC's registrados se encuentran en funcionamiento ni están en la misma actividad que fueron registrados, debido a que cada vez se desarrollan y tienen más experiencia, tal como lo establece FEPTCE en su clasificación de los CTC's:

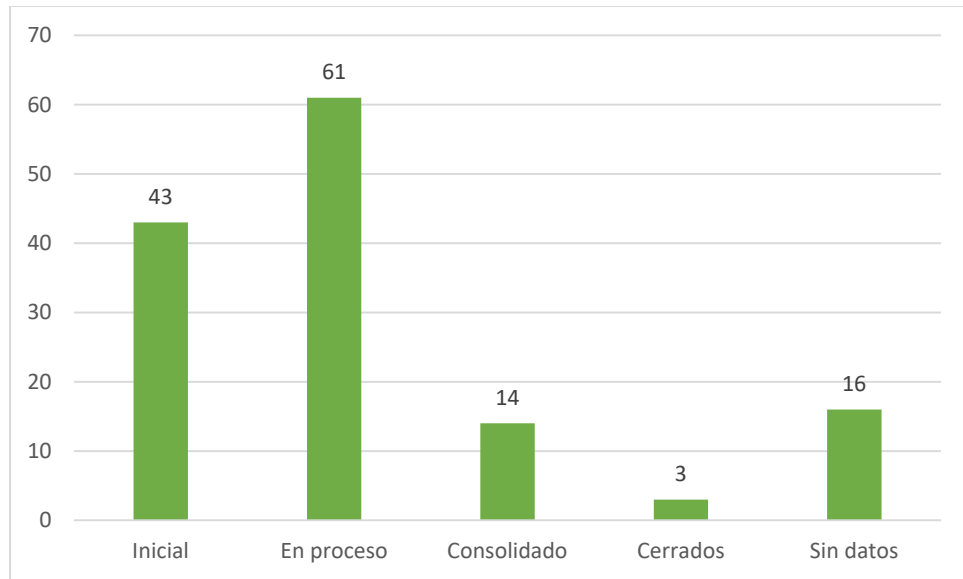
- a. Establecimientos de etapa inicial, son aquellos con los que la comunidad ha iniciado su proceso de creación del CTC, pero aún no cuenta con infraestructura adecuada para ofrecer TC.
- b. Establecimientos en proceso de consolidación, aquí la comunidad cuenta con un proyecto de desarrollo y está realizando capacitaciones, pese a ello solo dispone de parte de la estructura necesaria, por lo que acoge un número reducido de turistas de forma discontinua.
- c. Establecimientos consolidados, la comunidad ha sido capacitada y cuenta con toda la infraestructura para ofrecer un TC de calidad.

- d. Establecimientos cerrados aquellos que no ejercen más la actividad después de pasar por una o varias de las fases.
- e. Establecimientos para los que no se dispone de los datos, son para los establecimientos que las comunidades no han facilitado los datos a la FEPTCE, sobre el estado en que se encuentra su CTC.

De esta forma, se puede destacar lo siguiente de los datos ejemplificados en el Gráfico 6: del total de 137 CTC's que tienen registrados la FEPTCE, de los que existe información hasta la fecha y que se encuentran en verificación 3 se encuentran ya cerrados, 43 centros están en etapa inicial, 61 de ellos (siendo el mayor número) están en proceso de consolidación y 14 son los centros que están consolidados. Si se comparan estos datos con las fechas de inscripción de estos centros, queda en evidencia que se trata de un sector todavía no explorado, las razones son variadas, desde la lentitud con que parece se va dando el desarrollo para la consolidación de las propias iniciativas, la propia organización de la comunidad y el interés mostrado a la hora de asumir y trabajar para dicha consolidación por parte de sus representantes legales.

Toda esta información coloca en perspectiva las potencialidades existentes en cuanto a la incidencia económica y social que pudiera alcanzar el turismo comunitario en las zonas rurales de Ecuador. No obstante, la mayoría de los estudios encontrados en la literatura tienen un enfoque más cualitativo que cuantitativo y, en el caso de la FEPTCE, solo provee datos de empresas turísticas comunitarias que estén afiliadas a esa organización.

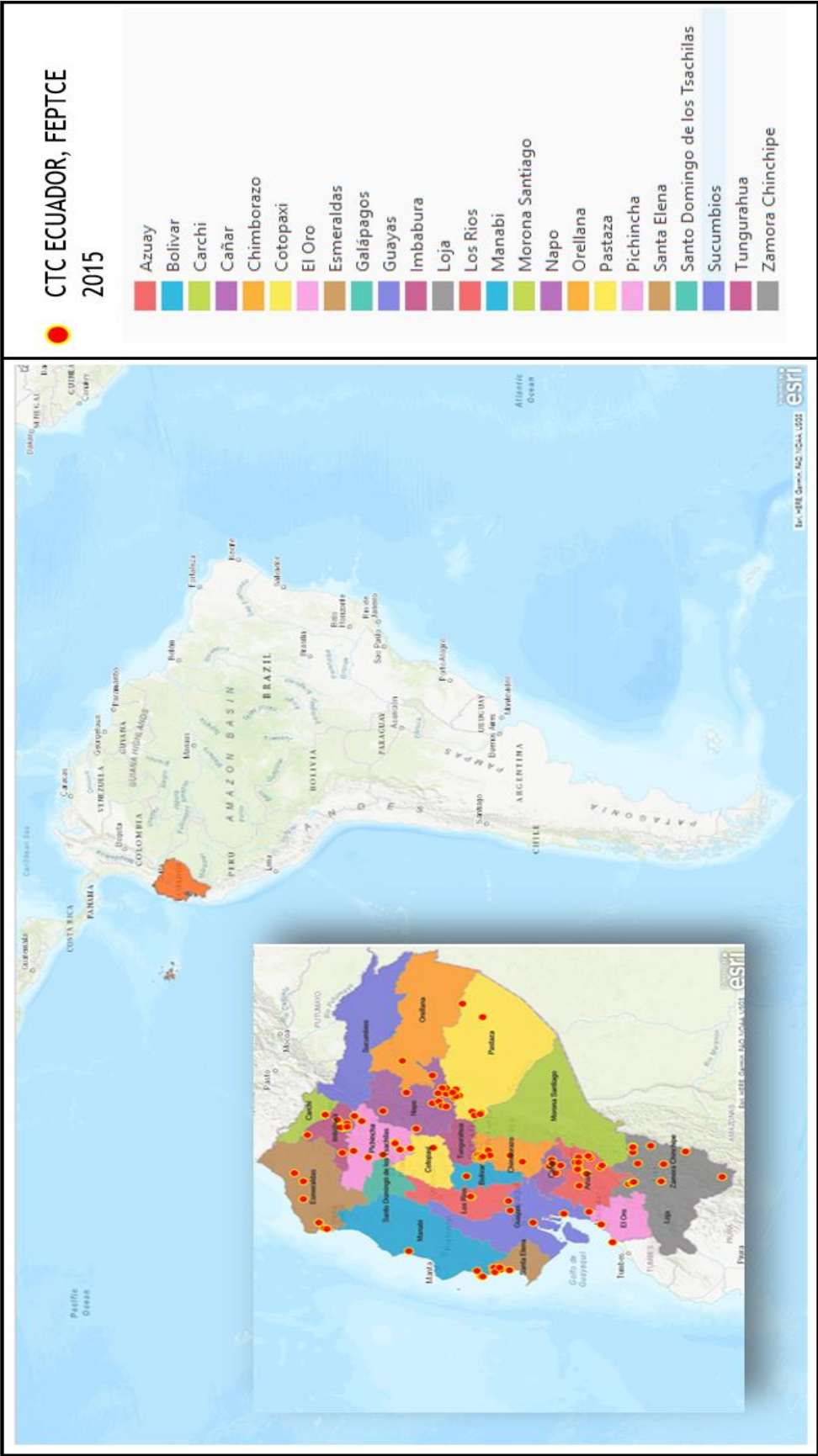
Gráfico 6. CTC's registrados de acuerdo a la clasificación de la FEPTCE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de FEPTCE.

El mapa 1 recoge las iniciativas de TC existentes actualmente, en las 24 provincias del Ecuador, agrupadas en tres grandes regiones: Costa, Andes y Amazonía. Los estudios ponen ya de manifiesto una importante concentración geográfica de estas iniciativas en determinadas zonas: las áreas del callejón interandino cercanas a las principales vías de comunicación, y se corresponden en buena medida con zonas poseedoras de algunos de los principales recursos turísticos y patrimoniales.

Mapa 1. CTC's de Ecuador según FEPTCE (2015).



Fuente: Elaboración propia a partir de FEPTCE (2015).

Los datos revelan una mayor concentración de los CTC's en dos tipos de territorios, por un lado, las provincias situadas en el corredor central de los Andes ecuatorianos, concretamente: Imbabura, Pichincha, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja. Se trata de un conjunto territorial que cuenta con una extraordinaria biodiversidad y riqueza cultural y, además, en estas provincias habita una importante población indígena que existe en Ecuador⁸ (Ruíz Ballesteros et al., 2008), el otro tipo de territorios son las iniciativas de TC que se concentran en las comunidades de la Amazonía situadas en las provincias de Napo, Pastaza y Zamora Chinchipe (Mapa 1).

b. Oferta de CTC según MINTUR

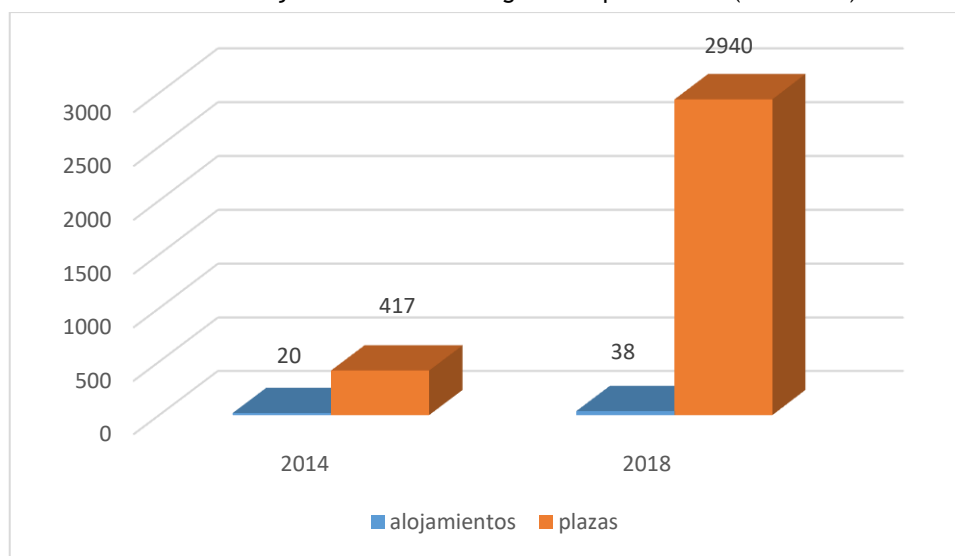
En los últimos diez años el MINTUR ha llevado adelante un programa de difusión de información para incentivar la inscripción en su registro oficial de los CTC's. Este programa tiene la colaboración de entidades públicas como el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Ministerio de Inclusión Económica y Social, el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, en conjunto de comunidades de siete coordinaciones zonales⁹, el objetivo central fue dar a conocer fundamentalmente los requisitos y procedimientos para llevar a cabo la inscripción de las comunidades en MINTUR como CTC, así también se informó de las competencias de las instituciones públicas que colaboran, con la finalidad de facilitar los trámites previos al registro, también se expusieron casos de éxito de CTC's , como muestra de lo alcanzado en comunidades rurales e indígenas.

⁸ Puruhá, Wuaranka, Chibuleo, Salasaca, Panzaleo, Quito Cara, Cayambí, Caranqui, Natabuela, Otavalo. Se trata en todos los casos de colectividades originarias, conformadas por comunidades con identidades culturales que les distinguen de otros sectores de la sociedad ecuatoriana, regidas por sistemas propios de organización social, económica, política y legal.

⁹ Las Coordinaciones Zonales tienen la misión de coordinar los procesos y actividades técnicas y administrativas que permitan el levantamiento, supervisión, control y funcionamiento óptimo de las operaciones estadísticas asignadas a la zonal. Cada Coordinación Zonal está representado por el Coordinador/a zonal

A pesar de todos estos avances, aún sigue siendo incipiente el registro de los CTC's en el Registro Oficial del Ministerio: de este modo se cuenta con unos 20 CTC's en 2014 y 38 CTC's en 2018. Los 38 CTC's registrados cuentan con 2940 plazas de alojamiento que equivalen a una media de 77 plazas en cada una de ellas (Gráfico 7).

Gráfico 7. Plazas de alojamiento de CTC's registrados por MINTUR (2014-2018).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de MINTUR (2014-2018).

Los proyectos de turismo comunitario exitosos imprescindible aquí mencionar la labor recogida en la tesis doctoral de Cabanilla (2017), se enfocaron en describir experiencias exitosas gestionadas por la comunidad en las que se tomaron las decisiones correctas y en las que se supo aprovechar al máximo la ayuda recibida por parte de organismos internacionales, entendiendo que el turismo es una actividad que debe ser entendida a medio y largo plazo y que, con trabajo, esfuerzo, innovación, incentivos, diversificación y alianzas estratégicas con el sector privado, puede llegar a ser tan rentable hasta convertirse en la primera fuente de ingresos en una comunidad. Así tenemos siete ejemplos:

1. La comunidad de Agua Blanca, ubicada en el Parque Nacional Machalilla, es un ejemplo de la diversificación de la oferta turística combinando recursos naturales y culturales, permanentemente estudiado y se ha mantenido

por más de treinta años en el mercado del turismo comunitario con resultados exitosos, por varias razones. En primer lugar, la organización para poder determinar los productos a ofertar como la visita al museo, los huertos comunitarios, los servicios de alojamiento, la alimentación, el senderismo, las artesanías, el spa, el camping, el baño en poza de agua sulfurosa y que la comunidad ha mantenido hasta la actualidad. Por otra parte, ha sido también fundamental la toma de decisiones acertadas con apoyo técnico, hace que su proyecto se adapte a las nuevas tendencias de la demanda. En segundo lugar y no menos relevante ha sido, el efectivo empoderamiento de la comunidad sobre los recursos turísticos que se refleja en el valor que ésta les ha sabido dar, creyendo en el turismo a pesar de los infortunios del mercado. Y en último lugar, un elemento de gran trascendencia ha sido que las comunidades no han abandonado las actividades rutinarias y ancestrales que venían desempeñando antes de ser parte del turismo, las cuales, en el caso de Agua Blanca, corresponden a la agricultura, la recolección de la tagua y la ganadería (Ruiz y Solís, 2007). Pese a ser un proyecto exitoso de turismo comunitario, no ha podido registrarse legalmente en el Ministerio de Turismo hasta la fecha, debido a las exigencias legales que deben cumplir.

2. Yunguilla es una comunidad en el norte del Distrito Metropolitano de Quito, a finales de los noventa, recibió ayuda externa para desarrollar proyectos con comunidades rurales, entre los cuales estaban la protección de los bosques, el desarrollo de microempresas y el turismo. Pero, al finalizar los proyectos y los recursos, la comunidad fue abandonada por las ONG's. Pero, gracias a sus líderes, a la unión de la comunidad y a la férrea determinación de salir adelante, Yunguilla hoy mantiene el turismo y el turismo interno es una de sus principales actividades productivas, siendo éste su principal mercado. Debido a la reglamentación vigente del Ministerio de Turismo, Yunguilla tampoco ha podido registrarse legalmente.

3. Otro caso que hay que señalar es el de San Clemente, en la provincia de Imbabura, iniciativa que se ha visto beneficiada por las alianzas que ha conseguido, especialmente con el sector privado, con operadoras y agencias de viaje. Este hecho les ha permitido reducir sus costos de promoción y vincularse estratégicamente con los intermediarios que conocen el negocio y que cuentan con contactos en el extranjero, proveyéndoles de un flujo de turistas importante al año, pudiendo por un parte mantener al turismo entre sus principales fuentes de ingresos en la actualidad y, por otra parte, gestionar viajes al exterior en la capacitación en materia de gestión turística para los miembros de la comunidad.

4. Uno de los proyectos más joven que ha comenzado a tener rendimientos económicos positivos es la Comunidad de Tolte, en la provincia de Chimborazo. Esta comunidad comenzó su incursión en el turismo en 2009, de la mano de la Fundación Maquita Cusunchi con apenas nueve mujeres, número que hoy involucra a ochenta familias. La situación económica de esta comunidad antes de vincularse al turismo era bastante precaria, debido a que sus únicos ingresos provenían de una rústica agricultura. Iniciaron con capacitaciones continuas vinculadas a la atención al cliente, a las buenas prácticas en el área de restaurantes y a la operación turística, además se adecuó un mirador hacia la nariz del Diablo, desde donde se puede ver al tren interandino realizar el zigzag necesario para descender a la estación de Sibambe. Actualmente, la comunidad mantiene el turismo como su principal eje económico, sin haber dejado de lado la agricultura, la cual aporta los productos necesarios para la preparación de alimentos para los turistas que llegan a esta comunidad.

5. En la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, la comunidad del mismo nombre inició en 2009 su incursión en la operación turística, basada en el trabajo femenino de este grupo al implementar el proyecto de turismo comunitario Tolón Pelé. Comenzaron con el apoyo de Ministerio de Inclusión

Económica y Social (MIES), la Prefectura, el Municipio de Santo Domingo y treinta miembros de la comunidad que, de manera conjunta, aportaron en dinero, materiales y trabajo cerca, con lo cual se construyeron siete cabañas para hospedaje, un restaurante, un salón de eventos, un museo y casas Tsáchilas adecuadas para la visita y conocimiento de la vida diaria de esta comunidad. Para 2016 entre los meses de junio a agosto, recibieron alrededor de quinientos turistas nacionales, mientras que de septiembre a diciembre la mayor parte de los visitantes fueron extranjeros. Su oferta consiste en recorridos por el bosque, así como la valoración de la cultura tsáchila, a través de la demostración de sus costumbres diarias de vida.

6. En la región Amazónica, el proyecto Napo Wildlife Center dentro del Parque Nacional Yasuní es un referente ya no solo a nivel nacional sino mundial al haber ganado ya un puesto calificación de 5/5 en la página TripAdvisor, durante cinco años consecutivos. Este proyecto nació como un proyecto de la Comunidad Kichwa Añangu para recibir a turistas mochileros en el año 2000, luego de casi dos décadas y de la mano de la empresa privada los resultados se pueden valorar como bastante positivos. Los miembros de la comunidad trabajan como guías en las diferentes visitas que realizan los turistas nacionales y en su mayoría extranjeros. Los recorridos turísticos, permiten la visita al Centro de Interpretación de la comunidad, el cual está enfocado en la preservación de las costumbres y tradiciones: cantos, bailes y cocina son parte de lo que los turistas disfrutaban al visitarlo. La comunidad además vende toda su producción agrícola al Lodge, quien entrega anualmente una fuerte contribución a la comunidad para que sea utilizada en proyectos de educación, salud y vivienda exclusivamente.

7. El proyecto de la comunidad Principal en la provincia del Azuay, nació en 2005 y actualmente ofrece una amplia variedad de actividades, que van desde la visita a telares artesanales, talleres de elaboración de sombreros de paja

toquilla, visitas a los bosques aledaños, caminatas alrededor de lagunas, paseos por huertos familiares hasta la preparación y degustación de la comida típica del sector. Este proyecto beneficia actualmente a 100 familias de manera directa e indirecta, sus dirigentes han realizado varias alianzas estratégicas. Existe también un acercamiento con centros de educación superior de la provincia, los cuales están ayudando a la comunidad en el desarrollo e implementación de nuevas opciones de visitas.

Rodas et al. (2015) se enfocaron en describir experiencias exitosas gestionadas por la comunidad o por familias con el aval de la comunidad, excluyendo las formas de gestión en asociación con organizaciones públicas o no gubernamentales. De los cuales, se describen dos a continuación:

1. La Comunidad de Capirona, provincia Napo, etnia quichua, a orillas del río adentrada en la selva tropical primaria baja de Ecuador oriental. En su servicio de ecoturismo, los visitantes son recogidos en la capital provincial y trasladados hasta el comienzo del sendero para caminar durante dos horas por el bosque hasta la aldea. Entre las actividades figuran paseos con guías que narran mitos y leyendas de la selva y explican los usos tradicionales de plantas y flores tropicales; demostraciones del uso de recursos tradicionales como cestería, cerbatanas y participación en la minga. Son diez comunidades que conforman la “Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y Ecoturismo” (RICANCIE), que comercializan sus destinos y servicios turísticos.

2. El turismo comunitario en Intag, provincia Imbabura, se encuentra gestionado en un territorio donde habitan 76 comunidades fuertemente organizadas, a través de una operadora de turismo que agrupa 14 organizaciones de base, cuya oferta proviene de la labor de un grupo de Mujeres: artesanías, cosméticos, aceites esenciales, bordados y jabones, y también de la agroecología. Forman parte del Comité Intersectorial de Turismo

de Cotacachi, constituyendo el turismo comunitario una herramienta de lucha contra proyectos de minería de cobre a gran escala.

Como notas finales recalcar que el turismo en Ecuador es un sector con proyección en el corto y el largo plazo, que tendrá resultados tangibles en la generación de riqueza, empleo, buen vivir e impacto económico. Al tratarse de un destino no maduro, el país puede “aprender” de las experiencias llevadas a cabo en otros lugares e implementar productos turísticos más sostenibles y respetuosos con el ambiente y que busquen la participación activa de los diferentes stakeholders.

Respecto al turismo comunitario, los datos registrados en la presente investigación nos invitan a pensar que esta actividad se está diversificando en el tejido económico del país como fuentes de ingreso para algunas comunidades indígenas en contextos rurales, también queda claro que esta actividad está presente en la oferta turística ecuatoriana, pese a ello es notorio las dificultades a la que esta actividad debe enfrentarse con la finalidad de alcanzar un desarrollo local y lograr un verdadero reconocimiento como actividad turística en Ecuador. Respecto al marco normativo y las políticas públicas, los organismos rectores han mostrado un compromiso con el impulso de esta modalidad de turismo generando una estrategia de responsabilidad social para la conservación y revitalización de los patrimonios y recursos tanto naturales como culturales. Más por lo ya anotado, hace falta un compromiso consistente por parte del Gobierno central, a través de los Gobiernos Autónomos Descentralizados GAD's en cada provincia, la academia y las comunidades para obtener resultados óptimos que esta actividad pueda generar.

En general, el turismo comunitario en Ecuador muestra una tendencia de crecimiento, sin embargo, este resultado debería ser analizado con mayor profundidad dentro del marco legal y regulatorio con el objeto de potenciar e impulsar este sector.

De modo que, en primer lugar, lo que se requiere es una actualización concreta de la Ley de Turismo a fin de incorporar algunos epígrafes concretos que regulen el turismo comunitario. En segundo lugar, es evidente la existencia de un distanciamiento entre las entidades (GAD's) encargadas de gestionar y promover esta actividad. El MINTUR como ente rector del turismo y la FEPTCE como entidad representativa de la actividad, debido a diferencias en sus concepciones y diversos modelos organizativos (asignaciones económicas, requisitos para su registro, tiempo de registro, entre otros trámites administrativos y burocráticos...). Lo que implica que el acceso a créditos y la obtención de apoyo de organizaciones públicas y privadas son gestiones que deben ser tratadas con un nivel de importancia para la creación de los CTC. Y, en tercer lugar, el gobierno en este ámbito debería estar más orientado a facilitar planes y programas de financiamiento para el sector rural e indígena con características específicas para esta actividad, así como el establecimiento de convenios, tanto de carácter nacional como internacional, para obtener subvenciones lo que contribuirá a desarrollar esta actividad que es el TC.

3.5.1 El turismo comunitario en la provincia de Santa Elena: experiencias de desarrollo

En este capítulo se analiza el estado actual de los componentes formales del territorio presentes en la provincia de Santa Elena. Se identifica la realidad socioeconómica de sus áreas rurales, así como la distribución política y su población, se estudian las diferentes modalidades de turismo en las zonas rurales del Cantón Santa Elena; así como la oferta turística según, MINTUR, GADSM y Repositorio UPSE y finalmente las experiencias de desarrollo endógeno vinculadas al turismo.

Con 489 años de historia, la provincia de Santa Elena fue el asentamiento de la Cultura Las Vegas, población marina caracterizada por elevados niveles

de organización del territorio y de sus recursos (Sthothert, 1992). Por su posición estratégica en la costa del pacífico tiene a la naturaleza como parte esencial de su ecosistema y contiene al segundo corredor biológico marino costero del país (MINTUR, 2017)

Actualmente la provincia cuenta con una población de 308,693 habitantes, con una extensión total de 3,762.8 km² distribuidos en sus tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena, donde este último tiene la extensión territorial más grande con 3,668.90 km² con la zona rural más amplia de la provincia, seguido de La Libertad 25.3 km² y de Salinas con 68.7 km². Sus habitantes las principales fuentes de ingresos provienen del turismo, la pesca, la industria petrolera y los servicios. En esta región, al igual que en otras del país, su gente vive del turismo que resulta primordial, ya que esta actividad es importante para la localidad porque de ella se derivan productos como el turismo de sol y playa, de aventura, de deportes, religioso, gastronómico, ecológico, comunitario, rural entre otros, ubicados en áreas que no se encuentran muy alejadas unas de otras, brindándole al turista un amplio abanico de opciones para elegir¹⁰.

La práctica del turismo en esta provincia es relativamente nueva y las actividades turísticas presentan una incorporación reciente en la economía local, ya que los recursos y los atractivos turísticos se encuentran en una etapa inicial de su ciclo de vida, con un potencial inmenso para ser desarrollado, razón suficiente para ser estudiada. La decisión de viajar a la provincia ha incrementado notablemente en los tres últimos años con respecto al año 2015 (MINTUR, 2017) Las principales motivaciones que originan desplazamientos al lugar se producen por vacaciones, recreación y ocio. Cabe señalar que los destinos turísticos en la provincia se concentran en el cantón Santa Elena.

¹⁰ Resumen Ejecutivo Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincial 2015 – 2019.

La realidad socioeconómica de sus áreas rurales no tiene la debida atención por parte de las autoridades de la provincia, a pesar del potencial que el territorio posee, además es una actividad de la que se derivan otras relacionadas al comercio (formal e informal) y está relacionada directamente con la actividad artesanal y oferta de servicios varios, aunque esta última en el sector rural es mínima¹¹. Pese a esto, la actividad turística comunitaria carece de una planificación seria, propia para su desarrollo, sin embargo, existen notables posibilidades de planificar el turismo comunitario siempre y cuando se enfoque al interés de la población y busque identificar las poblaciones que realizan turismo comunitario en Sana Elena, su organización y desarrollo, para comprender como la responsabilidad social influye en su desarrollo local, desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales (FEPTCE, 2006).

El presente trabajo de investigación se concentra en el estudio de la provincia de Santa Elena, con el propósito de comprender la actuación del Estado en el desarrollo de la responsabilidad social en el turismo comunitario de la provincia y analizar el modo en el cual las comunidades de turismo comunitario en la provincia se desarrollan con respecto a la sostenibilidad del destino.

Considerando que el desarrollo puede ser concebido como el resultado de una estrategia política o acción pública deliberada, donde intervienen actores, recursos y medios para alcanzar el conjunto de metas previamente establecidas, y también como el resultado del funcionamiento de una estructura institucional y social (Hernández, 2015). Estas dos vertientes implican que el desarrollo comprende un proceso que se da en la sociedad pero que a la vez puede ser

¹¹ Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial cantón Santa Elena. Santa Elena, 2014.

fomentado por políticas de escala local, gestadas en los diferentes niveles de gobierno.

Su distribución política se enmarca en sus tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena en cuanto a la organización del espacio en la actualidad está determinado por la Constitución de la República del Ecuador; en la cual se establece que los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD en adelante) son instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política, administrativa y financiera y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. Estos GAD's están organizados de la siguiente forma: GAD Regionales, GAD Provinciales, GAD Cantonales, GAD Parroquiales.

Especial consideración tiene este aspecto, ya que son los GAD's los que tienen la potestad para la organización del territorio y de manera especial el GAD de Santa Elena en la zona costera del Ecuador tiene la competencia de "Promover y patrocinar las culturas, artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad en el área rural, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados de las parroquiales rurales" (COOTAD, Art. 41 literal i)¹². Siendo así, la toma de decisiones en gestión político-administrativa sobre el territorio se encuentra altamente influenciada por estos organismos, por lo tanto, la influencia partidista toma una fuerza interesante en el análisis de la presente investigación.

En este contexto, la provincia de Santa Elena constituye un 1 GAD, acompañado de 3 GAD's cantonales y 8 GAD's parroquiales (parroquias rurales), tal como se presenta a continuación (Tabla 20):

¹² Artículo 41 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)

Tabla 20. Organización político-administrativa de la provincia Santa Elena.

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena	
PREFECTO	José Daniel Villao
PERIODO	2019 - 2024
POBLACIÓN TOTAL	2014 350.624 Habitantes
EXTENSIÓN	3.763 km ²
ALTITUD	Máxima 800 m.s.n.m. Mínima 0 m.s.n.m.
CLIMA	Baja hasta 18° verano (de junio a noviembre) Sube hasta 40° invierno (de diciembre a mayo)
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Salinas	
ALCALDE	Daniel Cisneros
PERIODO	2019 - 2024
POBLACIÓN	68.675 habitantes
EXTENSIÓN	97 km ²
DETERMINACIÓN	Zona hotelera y turística de la provincia
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad	
ALCALDE	Victor Valdivieso Córdoba
PERIODO	2019 - 2024
POBLACIÓN	95.942 habitantes
EXTENSIÓN	26 km ²
DETERMINACIÓN	Zona comercial, mercados y zona bancaria
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Santa Elena	
ALCALDE	Otto Santiago Vera Palacios
PERIODO	2019 - 2024
POBLACIÓN	144.076 habitantes
EXTENSIÓN	3880 km ²
DETERMINACIÓN	Mayoritariamente zona rural
Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales	
Del cantón Salinas	Anconcito y José Luis Tamayo
Del cantón La Libertad	
Del cantón Santa Elena	Chanduy; Atahualpa; Ancón; Simón Bolívar; Colonche; Manglaralto

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de CNE.

Las tierras legales en las comunidades rurales, en el caso de la Península de Santa Elena (PSE), suponen un reconocimiento legal como entidad organizada que se otorga por el Estado a través de la "Ley de Organización y Régimen de las Comunas" expedida en el año 1937. Excepto algunas poblaciones que mantienen litigios para que se les reconozcan los antiguos títulos coloniales, la propiedad colectiva de las tierras en esta zona y otras regiones de la costa ecuatoriana, se rige actualmente por dicha legislación. Se ha alegado que, siendo esta Ley un instrumento jurídico de ordenación básicamente territorial, no se incorporó la noción de "bienes comunales" como

requisito de constitución de las organizaciones. Esto conllevó a que cualquier grupo de campesinos pudiera conformarse como Comuna, y generó la idea de que en "Ecuador hay muchas más comunas que comunidades". La inexistencia de bienes comunales aleja así a muchas Comunas de una de las características predominantes de las comunidades indígenas (Bretón, 1996:75).

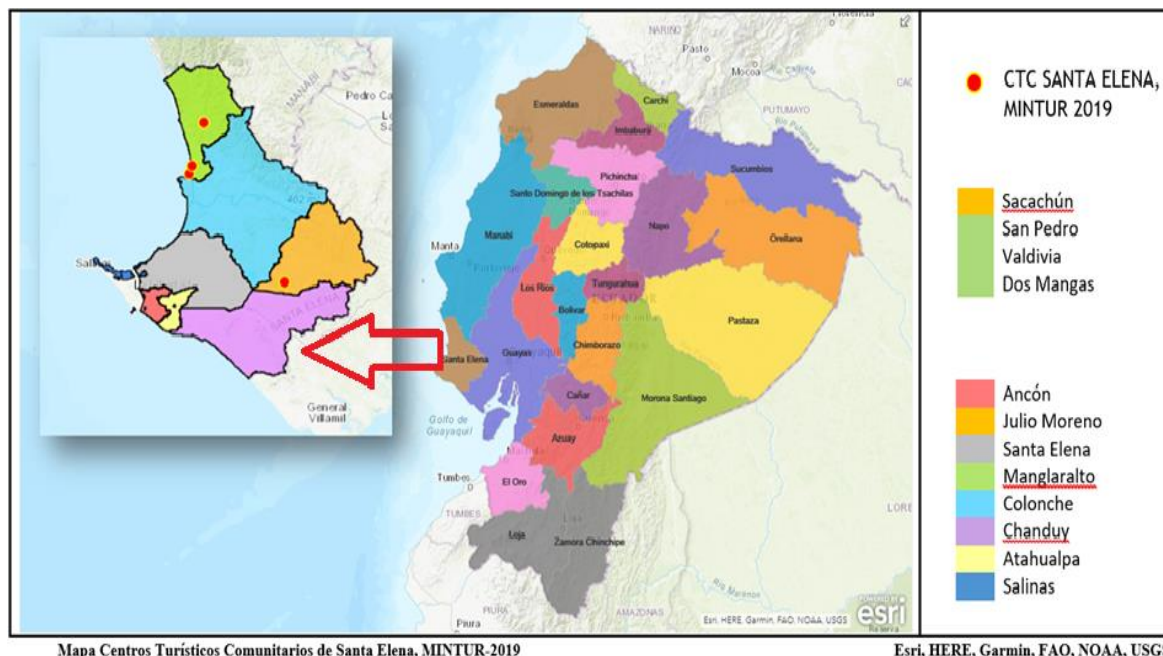
En las últimas dos décadas fue necesario el Ordenamiento Territorial cuyo objetivo es el de mejorar la calidad de vida de las poblaciones, preservar los recursos naturales y gestionar los usos del suelo para potenciar el equilibrio utilizando de forma eficiente los recursos naturales, sociales y económicos (Santos, 2009). Los centros poblados de la provincia son cinco, mediante el análisis de las principales ramas de actividad de la Población Económicamente Activa (PEA), el segundo grupo es de interés para la presente investigación debido a que está conformado por seis poblados catalogados como Centros Poblados de Desarrollo Microregional, esos son: Anconcito en el cantón Salinas, San Pablo en la cabecera de Santa Elena, y las aglomeraciones de Palmar en la parroquia de Colonche, Valdivia – San Pedro y aunque con un tamaño mucho menor a esta categoría Montañita, por su rol como polo de desarrollo turístico de la zona norte de la provincia. En los otros centros poblados la actividad turística genera otras dinámicas, como actividades de alojamiento y servicio de comida¹³.

Mención aparte merecen las organizaciones comunales, las mismas que son reconocidas por la Constitución de la República del Ecuador, tal como se explicó en un epígrafe anterior “como una forma ancestral de organización territorial”. Éstas se encuentran integradas a la Federación de Comunas de Santa Elena, que se constituyó en el año 2013. Las Comunas son organizaciones muy activas en la zona rural, con un nivel importante de convocatoria y que se relacionan activamente con los diferentes Gobiernos Autónomos

¹³ Resumen Ejecutivo Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincial 2015 – 2019.

Descentralizados¹⁴. Según la lista de comunas suman en total, 72 registradas en el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP, 2018) (Anexo 1) de las cuales cuatro comunidades están registradas como CTC (Mapa 2).

Mapa 2. Situación geográfica de los CTC's de la provincia Santa Elena.



Fuente: Elaboración propia a partir de MINTUR, 2019.

3.5.2. Modalidades de turismo del cantón Santa Elena; las experiencias de turismo comunitario

En este contexto, en la provincia de Santa Elena durante los últimos cinco años se han desarrollado algunas modalidades tales como: turismo de sol playa, de aventura, de deportes, religioso, gastronómico, ecológico, comunitario, agroturismo y rural. Lo confirman los 280 trabajos de titulación realizados en la Universidad Estatal Península de Santa Elena de las carreras Hotelería y Turismo Gestión y Desarrollo Turístico desde el año 2012 hasta el 2019 (Anexo 2), se consideraron 30 investigaciones que realizaron el inventario de atractivos

¹⁴ Plan de Ordenamiento Territorial Cantón Sana Elena 2014– 2019.

turísticos utilizando la metodología propuesta por el ente rector MINTUR con su respectiva ficha técnica¹⁵ bajo la metodología de Boullón (2002).

A continuación se detallan 116 atractivos turísticos de los cuales 47 corresponden a atractivos naturales y 69 son manifestaciones culturales, destacándose el desarrollo del turismo de sol y playa, turismo de naturaleza, ecoturismo, el turismo comunitario y el turismo cultural con actividades que se pueden realizar tales como: senderismo, caminata, camping, deportes de aventura, deportes acuáticos, compra de artesanías, visita a museos y sitios arqueológicos, costumbres y tradiciones propias, fotografía, contemplación, descanso y recreación.

Tabla 21. Inventario de atractivos turísticos según el Repositorio UPSE cantón Santa Elena.

Localidad Cantón Santa Elena	Nombre del atractivo		Tipología turística	Actividades turísticas
	Atractivo natural	Manifestación cultural		
Comuna La Entrada	1. Mirador tres Cade y Palo colorado	1. Taller de orfebrería JAFE 2. Taller de papel reciclado 3. Parador Turístico	1. turismo de sol y playa, 2. Cultural	1. Observación de flora y fauna 2. Compra de artesanías 3. Gastronomía 4. Fotografía
Comuna Palmar	1. Playa Palmar	1. Santuario Nuestra Señora de Fátima. 2. Costumbres y tradiciones de la comuna Palmar	1. turismo de sol y playa, 2. Cultural	1. Pesca artesanal 2. Ferias Gastronómicas 3. Fotografía
Comuna Ayangue	1. Playa Pelada	1. Gastronomía 2. Artesanías	1. turismo de sol y playa, 2. Cultural 3. Deportes y Aventura	1. Pesca artesanal 2. Deportes acuáticos 3. Ferias gastronómicas 4. Fotografía
Comuna Valdivia	1. Estuario Valdivia 2. Playa de Valdivia	1. Iglesia Virgen del Carmen 2. Museo Las Calaveras 3. Parador turístico "Venus Valdivia" 4. Plazoleta Venus Valdivia	1. turismo de sol y playa, 2. Cultural 3. Comunitario	1. Pesca artesanal 2. Visita a museos 3. Compra de artesanías 4. Fotografía
Comuna Dos Mangas	1. Bosque protector Dos Mangas 2. Pozas naturales de Dos Mangas 3. Mirador Natural San Martín 4. Piscinas Naturales de Dos Mangas 5. Cerro El Encanto	1. Centro de Interpretación comuna Dos Mangas 2. Sitio arqueológico El Buen Suceso 3. Fincas agropecuarias de Dos Mangas 4. Elaboración de artesanías 5. Fiestas del Buen Pastor	1. turismo comunitario 2. Ecoturismo 3. Cultural 4. Agroturismo	1. Senderismo 2. Ciclismo 3. Compra de artesanías 4. Fotografía 5. Contemplación 6. Baño en la cascada

¹⁵ Ficha para inventario de atractivos turísticos MINTUR 2017 (actualizada).

Localidad Cantón Santa Elena	Nombre del atractivo		Tipología turística	Actividades turísticas
	Atractivo natural	Manifestación cultural		
Comuna Zapotal	1. Cerro González 2. Sendero Piedras azules 3. Ciénaga Zapotal 4. Albarrada uno 5. Albarrada dos 6. Bosque y Cerro las Ánimas de Engunga 7. Playa Enjunga	1. Festividad Patrono San Andrés 2. Festividad Virgen María 3. Fiesta de la comuna Zapotal 4. Pozo de agua 5. Mesa en memoria de los difuntos 6. Gastronomía seco de chivo	1. turismo de naturaleza 2. Gastronomía	1. Senderismo 2. Fotografía 3. Contemplación 4. Gastronomía
San Pedro	1. Mirador turístico San Pedro 2. Playita Linda 3. Islote el Pelado	1. Iglesia San Pedro 2. Gastronomía Local "Ceviche de Pinchagua"	1. Turismo de naturaleza 2. Sol y playa 3. Cultural	1. Senderismo 2. Parapente 3. Fotografía 4. Contemplación 5. Gastronomía 6. Buceo 7. Snorkeling
Loma Alta	1. Reserva ecológica de la comuna 2. Río California		1. turismo de naturaleza 2. Ecoturismo	1. Senderismo 2. Camping 3. Fotografía 4. Contemplación
Las Balsas	1. Cascadas 2. Laguna la tapada 3. Mirador pozo del mono 4. Represa San Vicente	1. Monolitos 2. Fiestas del patrono "San Jacinto de Yaguachi" 3. Iglesia 4. Apicultura	1. turismo de naturaleza 2. Cultural	1. Fotografía 2. Contemplación 3. Senderismo
Sitio Nuevo	1. Bosque Protector Chongón-Colonche 2. Sendero Sitio Nuevo	1. Monolitos 2. Fiestas del patrono "San Jacinto de Yaguachi" 3. Iglesia 4. Apicultura	1. turismo de naturaleza 2. Cultural	1. Fotografía 2. Contemplación 3. Senderismo
Enjunga		1. Capilla de Santa Guchita de Engunga 2. Iglesia Virgen de las Mercedes 3. Seco de chivo de la comuna Engunga 4. Actividades de agricultura y ganadería realizadas por la población	1. turismo Cultural	1. Fotografía 2. Contemplación
Balneario Ballenita	1. Playa Ballenita	1. Museo Farallón Dillon 2. Iglesia Las Conchas 3. Malecón Escénico	1. turismo sol y playa 2. Cultural	1. Fotografía 2. Contemplación 3. Descanso
Febres Cordero	1. Toquillales el Chimborazo 2. Salto Poma Rosa 3. Pozas de Agua el Gramador 4. El Murciélago 5. Cascadas los Alays, río culebra	1. Señor de las Aguas. Virgen Inmaculada 2. Iglesia Señor de las Aguas 3. Iglesia Virgen Inmaculada 4. Día de los difuntos 5. Tagua	1. turismo de naturaleza 2. Cultural	1. Caminatas, 2. Senderismo 3. Avistamiento 4. Camping
Cabecera cantonal		1. Catedral de Santa Elena 2. Museo Amantes de Sumpa 3. Mirador el Tablazo 4. Cantonización 5. Baño de la Cruz	1. Turismo Cultural	1. Peregrinación 2. Fotografía 3. Interpretación

Localidad Cantón Santa Elena	Nombre del atractivo		Tipología turística	Actividades turísticas
	Atractivo natural	Manifestación cultural		
La Curia	1. Bosque seco y húmedo 2. Mirador Turístico Curia 3. Manglar la piedra	1. Artesanías 2. Gastronomía	1. Turismo Cultural 2. Naturaleza Sol y Playa	1. Observación 2. Fotografía 3. Descanso y recreación
Sinchal		1. Sombreros de Paja Toquilla 2. Taller artesanal arte oro 3. Iglesia Nuestra Señora del Quinche 4. Mini centro de interpretación 5. Fiestas patronales	1. Turismo Cultural	1. Compra de artesanías 2. Fotografía
Salanguillo	1. Cueva las campanas 2. Cascada salto chico 3. Salto grande 4. Burbulladoras		1. Turismo naturaleza 2. Comunitario	1. Baño en las cascadas 2. Fotografía 3. Senderismo 4. Caminatas

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajos de titulación Repositorio UPSE (2012-2019).

El Inventario de atractivos turísticos de la provincia Santa Elena, según información del Repositorio UPSE (Tabla 21), reporta 17 comunidades en el cantón con 41 atractivos naturales y 54 manifestaciones culturales, concentra cuatro tipologías turísticas bien definidas como: sol y playa, turismo cultural, turismo de naturaleza y turismo comunitario. Las actividades turísticas son muy variadas para la realización del turismo, donde se destaca en orden de importancia: fotografía, contemplación, senderismo, gastronomía, compra de artesanías, observación de flora y fauna y descanso.

Tabla 22. Inventario de atractivos turísticos según Repositorio UPSE cantón La Libertad.

Localidad Cantón La Libertad	Nombre del atractivo		Tipología turística	Actividades turísticas
	Atractivo natural	Manifestación cultural		
La Libertad	1. Playa del malecón	1. Malecón de la libertad	1. turismo Cultural	1. Fotografía
	2. Playa Cautivo	2. Fiesta Patronal de La Libertad (Señora de la Buena Esperanza)	2. Sol y playa	2. Contemplación
		3. Peregrinación Religiosa Virgen del Mar		
		4. Museo Paleontológico Megaterio		

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajos de titulación Repositorio UPSE (2012-2019).

El Inventario de atractivos turísticos provincia Santa Elena, según Repositorio UPSE, correspondiente al cantón La Libertad (Tabla 22), es el más corto en cantidad, únicamente cuenta con 2 atractivos naturales y 7 manifestaciones culturales, evidencia una tipología turística con mayores atractivos en turismo cultural, cuyas actividades turísticas son fotografía y contemplación.

Tabla 23. Inventario de atractivos turísticos según Repositorio UPSE cantón Salinas.

Localidad Cantón Salinas	Nombre del atractivo		Tipología turística	Actividades turísticas
	Atractivo natural	Manifestación cultural		
José Luis Tamayo	1. Albarrada central reconstruida 2. Extracción de sal 3. Lavado de sal 4. Empresa Ecuasal 5. Pesca artesanal	1. Minas de sal 2. Iglesia San Rafael de Arcángel 3. Parque José Luis Tamayo 4. Día de los difuntos	1. Turismo cultural	1. Fotografía 2. Contemplación 3. Actividades recreativas 4. Pesca artesanal
Anconcito	1. Playa de encantos 2. Acatilados 3. Las aves y el hombre	1. El faro de luz 2. Puerto pesquero y turístico 3. Centro de arte, cultura y recreación 4. Procesión marítima 5. Procesión marítima 6. Día de los difuntos	1. Turismo de sol y playa 2. Naturaleza 3. Cultural	1. Fotografía 2. Contemplación 3. Pesca artesanal
Santa Rosa		1. Puerto pesquero 2. Malecón de Santa Rosa 3. Iglesia de Santa Rosa 4. Cristo del pescador 5. Mirador protección costera	1. Turismo cultural	1. Fotografía 2. Contemplación 3. Pesca artesanal 4. Fiestas religiosas
Represa Velasco Ibarra	1. La laguna 2. Paisaje natural 3. Observación de aves		1. Turismo naturaleza	1. Fotografía 2. Contemplación

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajos de titulación Repositorio UPSE (2012-2019).

El inventario de atractivos turísticos de la provincia Santa Elena, según Repositorio UPSE, del cantón Salinas (Tabla 23), presenta mayor cantidad de atractivos culturales con 15 manifestaciones culturales, donde se destaca el turismo cultural, seguido turismo de naturaleza y turismo de sol y playa con actividades turísticas como fotografía, contemplación y pesca artesanal.

La actividad turística es de aventura, de deportes, religiosa, gastronómica y agroecológica, contando con el mar como atractivo de fondo en todas las actividades señaladas.

Existen lugares donde se pueden realizar actividades de turismo de aventura como Salinas, San Pablo, Dos Mangas, Ayangue, San Pedro, Montañita y Olón. Los viajes a la provincia de Santa Elena son para disfrutar de actividades de aventura en un entorno de sol y playa y sus distintas modalidades acerca de las preferencias, el estudio realizado por Carvache et al. (2018), mencionan que el mayor porcentaje lo tienen el buceo y snorkel en Ayangue, parapente y canopy en Montañita, le siguen esquí acuático en Salinas, y parapente en San Pedro. Estas actividades se promocionan a través de folletos turísticos, redes sociales o portales Web.

A continuación, se describen las tipologías turísticas que la provincia Santa Elena presenta dentro del turismo de: sol y playa, deportivo, aventura, ecoturismo, agroturismo, religioso y turismo cultural.

Turismo de sol y playa

Este tipo de turismo, considerado también como turismo de costa, según Bigné et al. (2007), comprende “el rango completo de actividades turísticas, de ocio y recreativas que tienen lugar en la zona de costa. Incluye los sectores de alojamiento, restauración, alimentación y segundas residencias; infraestructuras como los comercios y proveedores de actividades de ocio y actividades acuáticas como navegar, ecoturismo marítimo, cruceros, nadar, pescar o bucear, entre otras”. El turista de sol y playa tiene como principal motivación el descanso y el esparcimiento, dado que se incluye dentro del turismo de ocio (Martínez, 2001; Rivás, 2004; y Bigné et al., 2007), (García y Quintero, 2017).

Turismo deportivo y de aventura

El turismo de aventura y deportivo constituye hoy un fenómeno social de especial trascendencia. Debido a que, se ha confirmado su importancia como elemento coadyuvante a la salud física y mental de quienes lo practican; y, por

otro lado, se ha revelado como un gran factor de corrección de desequilibrios sociales, creando hábitos favorecedores de la inserción social. El deporte canaliza el cada vez más creciente tiempo de esparcimiento y fomenta la solidaridad mediante su práctica en grupo (Melgosa, 1999).

Ecoturismo

Es un tipo de turismo hecho de manera exclusiva que sigue un conjunto de principios que promueven el desarrollo social, ambiental y económico. Cuando se implementa adecuadamente sobre las bases de estos principios, es capaz de ejemplificar los beneficios del desarrollo del turismo responsable (Young, 1992; Valentine, 1993; Wight, 1993; Tisdell, 1996; Díaz, 2010). Asimismo, autores como Boo, 1990 y Martínez (2004), manifiestan que esta forma de turismo se encuentra vinculada con impactos positivos sobre el medio ambiente. Así también, mencionan que el ecoturismo contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población que se encuentra directamente involucrada en la actividad a través de la generación de fuentes de empleo (Nistoreanu y Tigu, 2003; López y Palomino, 2008). En la misma línea, Troncoso (1993), señala que el ecoturismo es aquella modalidad turística ambientalmente responsable, esta modalidad consiste en viajar y en estudiar los atractivos turísticos como el paisaje, la flora y la fauna silvestres de áreas naturales, así como también cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse; tiene un bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo, social y económicamente beneficioso para las poblaciones locales.

Agroturismo

La Organización Mundial del Turismo (2008) establece que el Agroturismo como el tipo de turismo que se realiza en explotaciones agrarias

(granjas o plantaciones), y que complementa los ingresos de los pequeños agricultores a través de algunos servicios tales como alojamiento, comida y oportunidades de familiarización con los trabajos agropecuarios que allí se desarrollan (Nickerson et al., 2001; McGehee y Kim, 2004; Ollenburg y Buckley, 2007). Schaerer y Dirven (2001), perfeccionan esta definición señalando que este tipo de turismo tiene una connotación de carácter grupal cuyo propósito es exclusivamente de tipo recreacional, cultural o deportivo.

Turismo religioso

Este tipo de turismo se considera como un viaje turístico donde el elemento religioso constituye el principal o al menos uno de los principales objetivos (Ostrowski, 2002; Serrallonga y Hakobyan, 2011). La devoción popular por figuras religiosas, templos, iglesias, catedrales, rituales y festivales crece generando cada vez más aficionados a determinadas actividades relacionadas con esta modalidad de turismo Shinde (2010). Las razones que pueden llevar al turista a realizar este tipo de viajes son muy variadas: ofrendas, solicitar un favor, cumplir con penitencias o por una tradición (Barrera y Muñoz, 2003). En la misma línea, (Shinde, 2010) considera que el turismo religioso es un medio para que el individuo pueda acercarse a Dios, manifestando también que algunos turistas son creyentes y la peregrinación y el retiro espiritual se incluye en su parte práctica de la fe. Al respecto, autores como Vukonic (1996); Gurría (2000); Sharpley y Sundaram (2005) mencionan que este tipo de turismo está relacionado con aquellos desplazamientos hacia santuarios donde se celebran fiestas religiosas relacionadas con la aparición u otro acontecimiento de algún santo y, que, por lo general, pueden ir acompañadas de una feria recreacional o comercial (Cánoves et al., 2006).

Turismo Cultural

Puede ser definido como el turismo que se relaciona con la tradición cultural de una localización particular (Kibby, 2000), constituyendo un segmento importante y creciente del turismo en todo el mundo (Ashworth, 2000; Poria et al., 2003). A menudo se considera que los recursos turísticos culturales incluyen restos tangibles del pasado (artefactos), así como áreas naturales culturalmente valoradas (paisajes escénicos) y activos culturales intangibles (tradiciones populares) (Kerstetter et al., 1998). Al respecto, (Kravets y De Camargo, 2008) manifiestan que el turismo cultural posibilita a los visitantes tener un acercamiento a la cultura local, además les permite conocer tanto el patrimonio cultural tangible (centros históricos, paisajes urbanos, museos) como intangible (costumbres, leyendas, música, danzas, cocina tradicional) y participar en nuevas y profundas experiencias culturales, tanto en lo estético como en lo intelectual, emocional o psicológico (Stebbins, 1996).

Una vez detallado el inventario de atractivos turísticos de la provincia Santa Elena, de acuerdo a su estructura cuenta con un conjunto suficiente de elementos que caracterizan al lugar, donde 55 son atractivos naturales y 76 son manifestaciones culturales materiales e inmateriales. Los atributos que posee, definen servicios turísticos específicos en cada comunidad, se encuentran organizados en productos turísticos de acuerdo al precio y a la calidad que ofertan. Cabe señalar que la actividad turística se encuentra en la etapa inicial.

Durante todo el año se desarrolla la actividad turística en la provincia, con mayor demanda en fechas declaradas como descanso obligatorio a nivel nacional, éstas son fin de año y año nuevo, y la menor demanda se encuentra establecida durante los meses comprendidos entre mayo y junio. La oferta turística se estructura de acuerdo a la lista de atractivos turísticos que posee en

sus tres cantones y de acuerdo a los productos turísticos, lo cual permite una dinámica adecuada de la actividad turística.

3.5.3 Oferta turística en la provincia Santa Elena

En general en Ecuador hay tres líneas de productos turísticos claves: Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventura, que configuran el mayor volumen de la oferta (PLANDETUR, 2020) y en la provincia de Santa Elena (Tabla 24) la línea de producto turístico clave es el Turismo de Deportes-Aventura reconocido por MINTUR, por tres razones fundamentales, por tener una lista suficiente de atractivos, facilidades y accesibilidad turística (Chías, 2003).

Tabla 24. Inventario de productos turísticos en Santa Elena según PLANDETUR 2020.

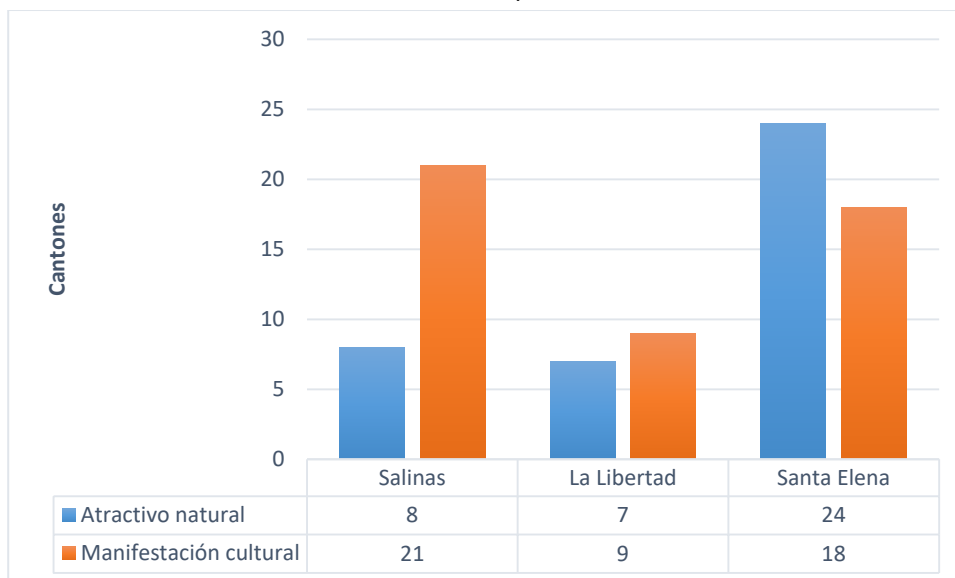
No.	Destino turístico	Líneas de producto turístico	Variedades	Producto turístico
1	Salinas	Turismo de deporte aventura	deportes acuáticos	pesca deportiva
2	Montañita			Surf

Fuente: Elaboración propia a partir de TyL Informe Final PLANDETUR 2020.

La oferta turística en las zonas rurales de la provincia Santa Elena se desarrolla en función de la demanda de los turistas (Pérez, 2002), lo que hace que los pobladores dedicados a las actividades turísticas no se interesen por ampliar su oferta y solo trabajan en función de lo reconocido y establecido como único producto a ofrecer. Según MINTUR, 2016 la oferta turística en la provincia Santa Elena se conforma por 14 atractivos turísticos (Gráfico 8) en los tres cantones, Salinas, La Libertad y Santa Elena. Así como también es preciso revisar la oferta turística según (PDOT¹⁶ 2014-2019)

¹⁶ Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2014-2019)

Gráfico 8. Oferta turística provincia Santa Elena



Fuente: Elaboración propia a partir del Plan de Ordenamiento Territorial GDDM: Santa Elena, La Libertad y Salinas (2014-2019).

Con respecto a la planta turística de la provincia Santa Elena, según MINTUR (2019) se han registrado 832 establecimientos para la ejecución de la actividad turística considerando su dinámica de desarrollo. Tabla 25

Tabla 25. Establecimientos registrados provincia Santa Elena (MINTUR, (2019).

Establecimientos registrados	
Alojamiento	269
Alimentos y bebidas	518
Agencias turísticas	37
Centros de Turismo Comunitario	4
Parques de atracción Estable	1
Transporte turístico	3
Total	832

Fuente: Turismo en cifras- Portal de servicios MINTUR (2019).

Respecto a la oferta turística de la provincia de Santa Elena, es preciso revisar el análisis de la oferta en el estudio de Palacios (2016), sobre la base de las encuestas aplicadas a prestadores de servicio en el que se consultó sobre la percepción que ellos tienen en cuanto a su servicio, éstos consideran que los meses donde acuden con mayor fuerza los visitantes son los comprendidos entre diciembre y abril, las fechas más importantes dentro de estos meses son: fin de año y el feriado de carnaval presentando el porcentaje más alto de visitas. Es

importante indicar los motivos principales a la hora de elegir la zona como destino turístico por los visitantes y entre ellos destacan el deseo de conocer sus turísticos, así como salir de su ambiente cotidiano, suponiendo este último la mejor motivación a la hora de visitar el lugar.

Otro aspecto que destacan sobre el negocio es que está dirigido principalmente a visitantes de clase media. En cuanto al tiempo de permanencia en la provincia por parte de los visitantes oscila entre de 2 y 4 días, teniendo como prioridad el sol y la playa, así como también visitar las comunidades rurales que la provincia presenta, como se representa a continuación en la Tabla 26:

Tabla 26. Oferta desde la percepción de prestadores de servicios de alimentos.

Prestadores de servicios	Oferta
Perfil sociodemográfico	56% hombres/44% mujeres
	68% nativos de la provincia
	47% casados
	34% profesión: sector alimentación
	63% instrucción secundaria
Percepción sobre los visitantes	Alto índice visitantes en diciembre-abril; fin de año y carnaval
	25% atractivos turísticos
	21% escapar de la rutina
	88% sol y playa
	44% visitar zonas rurales
Percepción de los servicios que ofrecen	57% nivel de competitividad bueno
	23% servicio de internet: gran herramienta para el crecimiento en su negocio
	77% su público objetivo: clase media

Fuente: Elaboración propia a partir de (Palacios, 2016).

3.5.4 Demanda turística en la provincia de Santa Elena

La empresa Trekk Soft evaluó los resultados de la Encuesta Turística del Ministerio de Turismo en Ecuador (2019) para conocer las tendencias globales en turismo. Según el reporte que presenta esta empresa (elaborado a partir de turismo en cifras, informe anual de 2019), y que cuenta con la participación de 958 de todo el mundo¹⁷ se establece que las experiencias más demandadas

¹⁷ TrekkSoft (2019). Travel Trends Report. <https://www.trekksoft.com/en/academy/ebooks/travel-trends-2019>.

identificadas son seis: 1) Experiencias únicas, donde los turistas quieren ser los primeros en explorar destinos exóticos; 2) Tours ecológicos, que son altamente preferidos a destinos que reflejen no tener una causa aparente; 3) Experiencias locales, lo cual indica o identifica a un tipo de turistas que quieren vivir como residentes locales en términos de comida, vivencias, entre otros; 4) Aventuras; 5) Tours y actividades de varios días; 6) Destinos que reflejen una herencia cultural fuerte.

Destacando así que el turismo en la provincia de Santa Elena es relativamente nuevo con una incorporación reciente a las actividades turísticas, ya que tiene recursos y atractivos que se encuentran en una etapa inicial de su ciclo de vida, bien puede desarrollar cuatro modalidades de las ya mencionadas: 1) Experiencias locales, que identifica a turistas que quieren vivir como residentes locales en términos de comida, vivencias, entre otros; 2) Aventuras; 3) Tours y actividades de varios días; 4) Destinos que reflejen una herencia cultural fuerte.

El turismo en la provincia de Santa Elena se ha convertido en un factor de gran relevancia apoyado no solo por las políticas gubernamentales, sino también con iniciativas por parte de empresarios y comunidades. La planificación turística se consolida como la mejor herramienta para el desarrollo acertado y sostenible de la actividad apuntando hacia los objetivos establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir, siguiendo las tendencias del PLANDETUR 2020, y acogiendo a la vez las recomendaciones basadas en la realidad donde el turismo surge. Una de las necesidades evidentes recae en la carencia de información confiable disponible acerca de las características de la demanda de turismo de sol y playa, producto estrella de la provincia, es decir, la falta de una serie de datos que respalden la toma de decisiones pertinentes para cada uno de los actores que integran este amplio sector (Mendoza et al., 2017).

En cuanto a la demanda turística, en esta provincia se caracteriza por épocas de afluencia y de escasez, y ha llegado a formar lo que se denomina la temporalidad turística (Yumisaca y Mendoza, 2016), delimitando dos épocas; la de verano también conocida como temporada de la Sierra (temporada baja) (Tabla 28), caracterizada por un clima suave presentando temperaturas con promedios de 22°C y que coincide con los meses que van de mayo a octubre y la denominada de invierno o temporada alta (Tabla 27), esta se caracteriza por temperaturas muy altas de hasta casi 40°C y muy calurosa, ideal para estar en el mar y pasarse el día disfrutando de deportes acuáticos.

Tabla 27. Demanda turística en temporada alta provincia Santa Elena.

Visitantes	Demanda
Perfil sociodemográfico	50% hombres /50% mujeres
	52% nacionales 48% extranjeros
	Edad: 28-39 años
	Nivel de instrucción: superior
	Acompañados de hijos
	26% visitas proximidad
Perfil económico	85% profesión: sector público
	65% transporte público
Preferencias	2-3 días
	37% casa de familiares o amigos
	99% no utiliza agencias de viaje
Motivaciones	Relajación
	Aventura
	Placer
Actividades turísticas	63% natación
	14% actividades deportivas (zonas rurales)

Fuente: Elaboración propia a partir de Palacios, (2016).

El perfil sociodemográfico de los visitantes a la zona se resume en hombres y mujeres con el 50% de la muestra para cada uno, que en su mayoría son visitantes nacionales en una edad comprendida entre los 28 años y los 37 años y viajan acompañados de sus hijos. La estadía en la provincia está entre 2 y 3 días, utilizan menos del 5% de sus ingresos por cada visita, es importante mencionar que otro grupo de visitantes destina entre el 5% y el 10% de sus ingresos por visita en feriados, se hospedan en casa familiares o con amigos y la actividad o práctica que realizan es natación (como actividad deportiva).

Se mueven para encontrar lugares para poder relajarse, para la aventura y el placer. Es importante indicar que la actividad de parapente con un porcentaje alto de preferencia como actividad deportiva se realiza en la zona rural de la provincia. De modo que, cuanto mayor es el nivel de satisfacción que recibe el visitante, mayor es el interés que muestra por regresar a la provincia Tabla 28.

Tabla 28. Demanda turística en temporada baja provincia Santa Elena.

Turistas	Demanda
Datos sociodemográficos	51% hombres / 49% mujeres
	18 a 34 años
	Estudiantes de la región Sierra
	Estudios superiores
	91% transporte terrestre
	7% transporte aéreo
	1% bicicleta o moto
	2 a 3 días
	2 visitas anuales
	62% hoteles
Procedencia	Nacionales
	Extranjeros
Motivaciones turísticas	Diversión y recreación
	Visita a familiares y amigos
Tipología turística	Sol y playa
	Turismo cultural
	Ecoturismo
	Turismo de naturaleza
	Turismo de deportes y aventura
Actividades turísticas	Deportes acuáticos
	Actividades recreativas en playa
	Avistamiento de ballenas
	Ciclismo
Aspectos destacables	Seguridad
	Alimentación
	Alojamiento
	Calidad del servicio
	Recomendación de amigos y familiares
Lo que esperan	Información turística completa
	Interpretación en los atractivos turísticos

Fuente: Elaboración propia a partir de Yumisaca et al., (2017).

El turismo así, en la provincia de Santa Elena se ha convertido en un factor de gran relevancia apoyado no solo por las políticas gubernamentales, sino también con iniciativas por parte de empresarios y comunidades. La planificación turística se consolida como la mejor herramienta para el desarrollo acertado y sostenible de la actividad apuntando hacia los objetivos establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir (2017-2021).

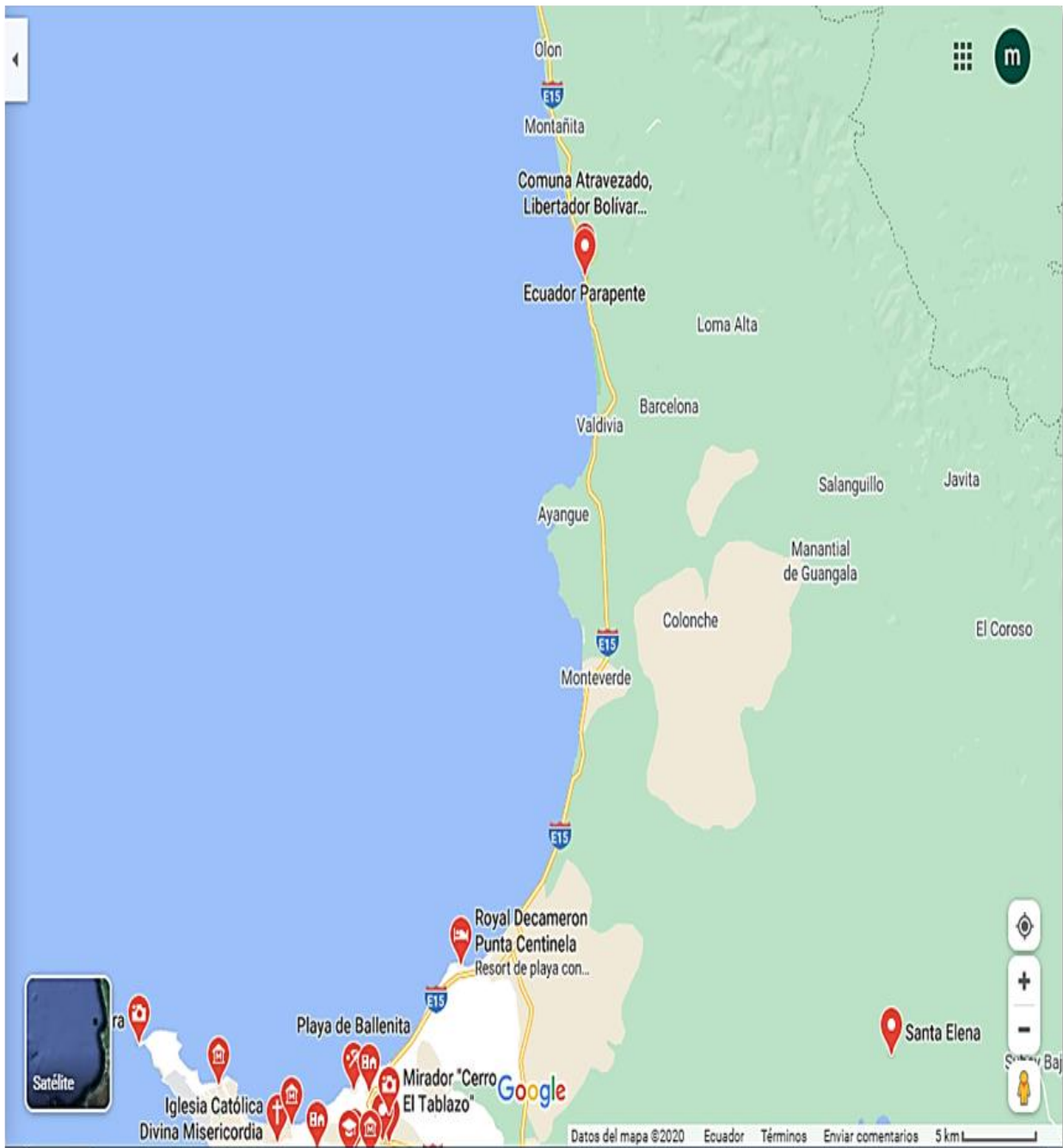
3.6 Experiencias de desarrollo endógeno vinculadas al turismo (investigación)

Las experiencias de desarrollo endógeno, gestadas en la provincia de Santa Elena, son aún incipientes ya que la mayoría de sus comunidades se encuentran en etapa inicial del ciclo de vida de un producto turístico. Esto se debe principalmente a que desconocen el recurso turístico natural y cultural que poseen, desconocimiento del beneficio que obtienen de la actividad turística y por no ser considerados en los planes de desarrollo a nivel cantonal y provincial.

Las comunidades de la provincia de Santa Elena, específicamente las que se encuentran en el cantón del mismo nombre, están en etapa inicial de la actividad turística y solo seis comunidades (Mapa 3), se encuentran consolidadas en la actividad turística tal como Dos Mangas, Ayangue, Montañita, San Pedro, Olón y Libertador Bolívar.

Dentro de la provincia Santa Elena, el cantón homónimo presenta la mayor extensión territorial y la zona rural más amplia de la provincia. La oferta turística en las zonas rurales de la provincia de Santa Elena es suficiente y variada con atractivos naturales en mayor cantidad, seguido de manifestaciones culturales lo que la coloca como una de las provincias de la región costera más visitada en los últimos 3 feriados de carnaval del país. A partir de dicha oferta turística se han desarrollado experiencias endógenas en comunidades rurales con sus pobladores y su contexto, consolidándose como ejemplos prósperos turísticos.

Mapa 3. Comunidades consolidadas en actividad turística provincia de Santa Elena.



Fuente: Elaboración propia a partir de Google maps.

A continuación, se detallan las experiencias endógenas de la provincia de Santa Elena, clasificadas por un conjunto de atributos, por inicio de actividad turística, por producto turístico, por organización y por buenas prácticas turísticas (Tabla 29).

Tabla 29. Experiencias endógenas de turismo en la provincia Santa Elena.

Aspectos generales	Dos Mangas	Olón	San Pedro	Montañita	Libertador Bolívar	Ayangue
Localización	Noreste PSE parroquia Manglaralto					Noreste PSE parroquia Colonche
Población	950 habs.	1.700 habs.	3.470 habs.	5.000 habs.	3.300 habs.	2.800 habs.
Inicia actividad turística	2009	2009	2009	1960	2002	2009
Estado de actividad turística	consolidado	Consolidad o	consolidado	consolidado	proyecto	proyecto
Producto turístico	Turismo comunitario	Sol y playa	Gastronomía	Sol y playa	Sol y playa	Gastronomía
	Observación de flora y fauna	Turismo Religioso	Deporte extremo parapente	Surf	Gastronomía	Sol y playa
	Las cascadas	Las cascadas		Artesanías	Artesanías	Observación de flora y fauna
	Artesanías					
Organizació n comunitaria y turística	Asamblea y cabildo autorizan la actividad turística que se implementa por actores públicos y privados.	La organizació n general comunitaria	Asamblea y cabildo autorizan la actividad turística que se implementa por actores públicos y privados.	Asamblea y cabildo autorizan la actividad turística que se implementa por actores públicos y privados.	Asamblea y cabildo autorizan la actividad turística que se implementa por actores públicos y privados.	La organización general comunitaria Asociación de Damas Organizadas
Buenas prácticas turísticas	Información desde el centro de interpretación	El cabildo maneja ingresos propios y gestiona.	Buen manejo de pesca artesanal	Cada asociación se organiza	Cada asociación se organiza	limpieza y mantenimiento de la playa
	Los tours incluyen talleres	Cada asociación se organiza	Cada asociación se organiza	limpieza y mantenimien to de la playa	Asociaciones proactivas a capacitaciones	Asociaciones proactivas a capacitaciones
	Comunicació n permanente con instituciones públicas y privadas	Trabajo comunal	El cabildo maneja ingresos propios y gestiona.	Comunicació n permanente con instituciones públicas y privadas	Comunicación permanente con instituciones públicas y privadas	Emprendimient os turísticos
	publicidad por redes sociales				Emprendimient os turísticos	
	descuentos para grupos					

Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, a través de estos ejemplos de experiencias endógenas de la provincia de Santa Elena y que están iniciando su trayectoria en el campo turístico, se alienta a las comunidades Rodríguez (2014), con formas de vida combinadas con la conservación del patrimonio cultural y natural, a ofertar productos viables en el mercado turístico para atender a los visitantes (Araujo y

Gelbcke, 2008; Fortunato y Silva, 2013), que buscan aportar a la sostenibilidad y responsabilidad social para el desarrollo local en las comunidades.

Finalmente, y antes de pasar al estudio propiamente dicho, cabe resaltar un último detalle en relación con los emprendimientos turísticos. Según Mottiar et al. (2018), los emprendedores sociales participan en el desarrollo de nuevas ideas, nuevos productos y actividades las cuáles prevén un futuro para las áreas rurales, de esta forma se comprende que el turismo comunitario es una oportunidad que tiene la comunidad para generar emprendimientos.

Así también, la teoría menciona que se puede medir el desarrollo de prácticas de turismo comunitario, que los residentes realizan a medida que los turistas llegan a sus comunidades, permitiendo de esta manera la participación activa de la comunidad, manejo adecuado del patrimonio natural y cultural y la distribución de beneficios locales.

3.7 Construcción de las hipótesis de trabajo

En esta etapa se presentan las hipótesis formuladas para la investigación, así como las teorías que validan esas construcciones (Figura 1).

Las relaciones entre los cuatro constructos principales del trabajo originan las primeras hipótesis, las cuales se refieren en este apartado: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos, dimensiones de responsabilidad social desempeñadas por los emprendedores turísticos, objetivos y motivaciones de los emprendedores turísticos y finalmente prácticas de turismo comunitario de los emprendedores.

Quijano (1998) afirma que la Responsabilidad Social es una estrategia de vida y también una ética que es necesario asumir como una práctica para desarrollar y ejercer la integridad ética. No solo eso, el autor indica que la responsabilidad social influye en la formación para el entendimiento social, la

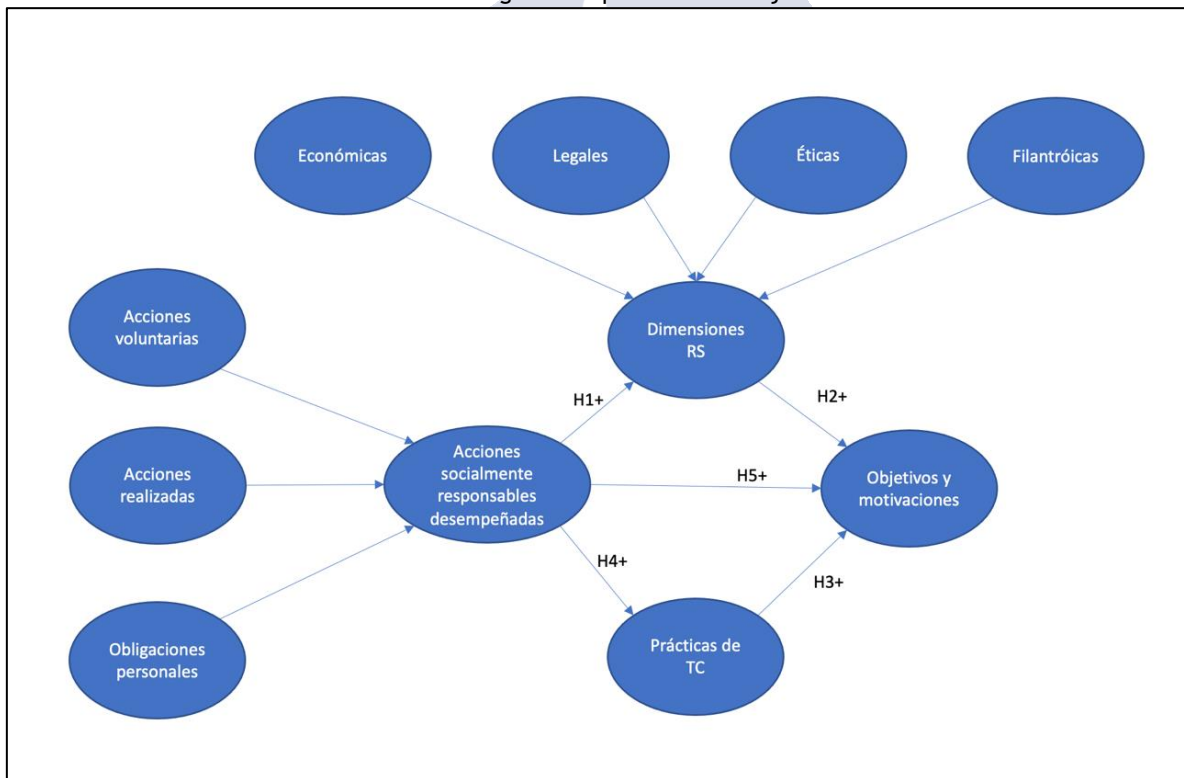
sensibilidad estética, la idoneidad profesional, la solidaridad social y la conciencia ambiental.

De esta manera, se presentan, por tanto, las primeras hipótesis de la investigación:

H1: Las acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos tienen un impacto positivo en las dimensiones de RS desempeñadas por los emprendedores turísticos.

H2: Las Dimensiones de RS desempeñadas por los emprendedores turísticos influyen positivamente con los Objetivos y Motivaciones de los emprendedores turísticos.

Figura 1. Hipótesis de trabajo.



Fuente: Elaboración propia.

Según Carroll (1991), las dimensiones son las responsabilidades: económicas, legales, éticas y filantrópicas de las empresas. Donde Quijano (1998), comprende a la RS como percepción del ser humano, y Guédez (2010), determina que permite a la empresa generar riqueza y dirigir acciones hacia las

dimensiones de los derechos humanos, la sustentabilidad y el capital social, siendo así los constructos que miden las acciones desempeñadas de RS, como dimensiones de RS, recogen esos indicadores para que los emprendedores turísticos determinen sus objetivos y motivaciones.

Los constructos que tratan acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos y las dimensiones de RS desempeñadas por los emprendedores turísticos, son constructos de segundo orden formado por otros cuatro constructos que se relacionan entre sí. La relación consiste en convertir un problema social en una oportunidad económica y el beneficio económico en capacidad productiva, en competencia humana, en trabajos bien remunerados, y en bienestar (Drucker, 1984).

La relación entre las acciones socialmente responsables, desempeñadas por los emprendedores turísticos y las dimensiones de RS desempeñadas por los emprendedores turísticos, es la medida en que los outputs organizativos son consistentes con los valores y las expectativas de la sociedad (Lerner y Fryxell, 1988). Siendo así, los constructos que miden dicha relación, tanto acciones como dimensiones de responsabilidad social, recogen esos indicadores para poder ser evaluados y a partir de ahí se llegue a las conclusiones del estudio. Con todo, las hipótesis de trabajo son las que siguen:

H3: Las prácticas de TC influyen positivamente en los objetivos y motivaciones de los emprendedores turísticos.

H4: Las acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos influyen positivamente en las prácticas de TC.

Las prácticas turísticas dentro del turismo comunitario son todas las actividades turísticas solidarias que permiten la participación activa de la comunidad desde la perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del mismo, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales.

El turismo comunitario, estrategia de desarrollo turístico basada en la comunidad (Ruiz-Ballesteros, 2011), puede generar nuevas plazas laborales e incrementa los ingresos económicos, permitiendo así un mejor desarrollo social (Alvear et al., 2016). Además, según Mottiar et al. (2018), a menudo son emprendedores sociales quienes participan en el desarrollo de nuevas ideas, nuevos productos y actividades, y prevén un futuro para el área.

Finalmente, la hipótesis cinco de esta investigación relaciona las Acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos con los objetivos y motivaciones de los emprendedores turísticos que los lleva a tomar decisiones acertadas para alcanzar un desarrollo comunitario.

H5: Las acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos influyen positivamente en los objetivos y motivaciones de los emprendedores turísticos.

Según Kotler y Lee (2004), el compromiso comunitario puede ser considerado en las experiencias de TC, así también, Theodori (2008) afirma que las comunidades alcanzan un desarrollo comunitario en los emprendimientos sociales y Jamal y Camargo (2014) mencionan que se enfrentan a problemas éticos en residentes locales.

En concreto, este trabajo busca medir el constructo de las prácticas de turismo comunitario que tienen las comunidades, respecto a las Acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos que realizan. Es decir, relacionando las Prácticas de TC de los emprendedores con lo que se espera encontrar en las comunidades (ligadas a RS) y sí, superar el horizonte de prácticas de TC (ligadas a RS).

Por último, entendiendo que la RS se considera como actividades voluntarias inclusivas y relacionadas con sus stakeholders (Van Marrewijk, 2003) y como una percepción del ser humano (Quijano, 1998), esta hipótesis

indica que esas acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos anteceden a las prácticas de TC de los emprendedores.

La tabla 30, presenta las hipótesis de trabajo, los constructos predichos y predictores, sus conexiones y sus relaciones esperadas entre ellas.

Tabla 30. Hipótesis de trabajo.

Hipótesis	Constructo predictivo	Constructo predicho	Relación esperada
H1	Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET.	Dimensiones de RS desempeñadas por los ET.	Positiva
H2	Dimensiones de RS desempeñadas por los ET.	Objetivos y Motivaciones de los ET.	Positiva
H3	Prácticas de TC de los emprendedores	Objetivos y Motivaciones de los ET.	Positiva
H4	Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET.	Prácticas de TC de los emprendedores	Positiva
H5	Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET.	Objetivos y Motivaciones de los ET.	Positiva

Fuente: Elaboración propia.

3.8 Diseño metodológico de la investigación

En este último epígrafe se presenta el diseño metodológico de la investigación. En general, existen muchas técnicas de investigación donde el diseño es un elemento clave en el proceso investigativo. En él se establece una ruta a seguir y se va ajustando a las condiciones del escenario o ambiente (Salgado, 2007). De acuerdo a los objetivos propuestos en la presente investigación y para elegir el método a utilizar, primero se analizó cual sería el más apropiado para este trabajo: ya sea investigación cualitativa o investigación cuantitativa. El uso de métodos cuantitativos a través de enfoques estadísticos parece prevalecer (Ishikawa y Fukushige, 2007) sobre los métodos cualitativos y mixtos (Chan y Marafa, 2016; Saufi, O'Brien y Wilkins, 2013). Sin embargo, este estudio combina metodologías cuantitativas y cualitativas. En esta tesis, se considera así la combinación de los dos métodos para desarrollar niveles de debate entre ellos (Samaja, 2012), a través de un estudio mixto (Soares, 2015). Para Minayo y Gómez (2012) existe una relación fértil entre estos dos métodos que deben ser vistos como complementarios en las investigaciones.

Según Domínguez-Gómez y Gonzáles-Gómez (2017), se utiliza una metodología mixta para analizar los resultados, destacando su importancia en la evaluación del impacto social en turismo, combinando análisis estadístico y de datos cualitativos. En particular, se ha utilizado una estrategia de investigación basada en el método mixto secuencial, que según Creswell (2007) se utiliza para ampliar los resultados de un método con otro, y técnicas de mezcla cuantitativas y multifase. Así, conforme ratifican los autores anteriormente citados, la metodología mixta es inclusiva. Por ello, se entiende que utilizarla en la investigación con todos los interesados identificados en la comunidad puede ayudar en la construcción de un proyecto de desarrollo turístico real, así como para proyectos turísticos más sostenibles. La primera etapa cualitativa realizada fue de carácter exploratorio para proporcionar en la segunda etapa, de carácter cuantitativo, las variables y conceptos a ser estudiados.

De acuerdo a la orientación de Creswell (2007) para una mejor aplicación del método mixto y eliminar las limitaciones de las técnicas (Delgado y Gutiérrez, 1994); (Sarabia y Zarco, 2007), se ha considerado un proceso de análisis que mejore la validez, integridad y consistencia de nuestro análisis (Braun y Clarke, 2006).

El diseño metodológico de la presente tesis queda, por tanto, como se presenta en la tabla 31, que aparece seguidamente. Cada uno de los capítulos muestra el trabajo realizado para la recolección de datos y, luego el análisis de estos.

Tabla 31. Estructura metodológica.

1ª Etapa	Estudio Cualitativo Exploratorio	Capítulo 4	Recogida de datos	Entrevista cualitativa	Análisis de datos	Análisis del contenido
2ª Etapa	Estudio Cuantitativo	Capítulo 5		Cuestionario Survey		Análisis de Ecuaciones Estructurales SEM

Fuente: Elaboración propia.

Como base del análisis hemos partido de una revisión bibliografía de la literatura académica del área. Sin embargo, el soporte esencial de nuestra investigación y lo que constituye su primera aportación original, ha consistido en el diseño y realización de una encuesta a emprendedores turísticos de los cuatro CTC's de la provincia de Santa Elena. Ello se ha completado con entrevistas cualitativas tanto a los emprendedores turísticos como a los actores públicos que dirigen y toman decisiones en la provincia, cantón y parroquia. Asimismo, se realizó una observación directa de la investigadora durante las diversas etapas del trabajo de campo.

Esta tesis adopta así un enfoque social¹⁸ cuali-cuantitativo combinando datos cuantitativos con informaciones de carácter cualitativos, encerrándose como una herramienta de investigación de identidades colectivas (Herzog et. al, 2006). Con un estudio de este estilo, conjugando datos cuantitativos con informaciones de carácter cualitativo, se llega a una sistematización de las fuentes para identificar las técnicas de obtención de datos. Finalmente, la interacción de variables y factores cuali-cuantitativos permitieron caracterizar los diferentes actores asociados al turismo comunitario con un grado de responsabilidad social en tres dimensiones: social, económica y ambiental.

¹⁸ Luis Recasens, quien afirma que “lo social es algo humano, cuya esencia no puede ser suministrada por explicaciones causales y métodos cuantitativos; porque lo humano a diferencia de la naturaleza, no puede ser sólo explicado por causas sino “entendido” en su sentido; en su sentido radica su ser esencial” (Citado en Sarabia y Zarco, 1997:38).

SEGUNDA PARTE:

ESTUDIO EMPÍRICO

Partiendo de la caracterización que acabamos de realizar sobre responsabilidad social y turismo comunitario en Ecuador, específicamente en la provincia de Santa Elena, en el presente apartado ofrecemos un estudio en profundidad de los cuatro CTC's certificados por MINTUR en esta provincia. A través de la investigación cualitativa y cuantitativa se llega a los resultados.



4. LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EXPLORATORIA

La primera etapa de este estudio se realizó con investigación cualitativa exploratoria porque este tipo de investigación se lleva a cabo en un área donde hay poco conocimiento acumulado y sistemático (Vergara, 2015). Así, con este enfoque no se buscó cuantificar, sino comprender las percepciones de los grupos de interés sobre los impactos del desarrollo del turismo. Todos los actores identificados en la comunidad pueden participar en el desarrollo de un proyecto turístico real tal como lo mencionan Dominguez-Gómez y González-Gómez (2017), relacionado, en este caso, con la responsabilidad social y el turismo comunitario. Asimismo, en la investigación cualitativa, trátase de comprender el fenómeno estudiado de acuerdo con la percepción de los sujetos (Poupart, 2008), o como recuerda Soares (2015), la propia comunidad local.

De esta forma, la primera parte de esta tesis utiliza entrevistas cualitativas con un guión semiestructurado (Anexo 4) para, después de analizadas, extraer las preguntas y variables que darán forma a la herramienta estructurada cuantitativa que será utilizada en la etapa cuantitativa (Anexo 5). En este momento se utilizó esta técnica con preguntas abiertas cuyo propósito es buscar la espontaneidad de las respuestas de las preguntas planteadas (Soares y Godoi, 2017; Valle, 2014) donde los entrevistados pueden describir libremente sus impresiones y creencias acerca del tema. Además, por ser no estructurada, “hay al mismo tiempo apertura a los cambios de secuencia y las formas de preguntas, para profundizar las respuestas que los entrevistados dan y las historias que cuentan” (Kvale, 2011).

El objetivo principal de esta tesis es analizar la Responsabilidad Social en el comportamiento de las comunidades que practican turismo comunitario en Ecuador, para establecer indicadores adecuados de organización y desarrollo local

sostenible. Por tanto, esta etapa del trabajo se concentra en recoger variables para la medición de organización y desarrollo de los CTC's. Todo para comprender el nivel de RS que tienen los actores en las comunidades rurales e identificar indicadores adecuados de organización y desarrollo local que pueden influenciar en las comunidades rurales para ser sostenibles como destinos turísticos.

Para la recogida de datos se utilizó la entrevista, un texto integrado en el proceso de investigación que, según Bryman (1989), lo convierte en uno de los métodos más exitosos para la investigación cualitativa. Pero debe considerarse que, en general, los estudios sobre el uso de entrevistas como métodos de investigación nos advierten que estos deben estar cuidadosamente elaborados y sustentados en los objetivos y la metodología (Boyd; Westfall y Stasch, 1989; Bryman, 1989; Stewart; Shamdasani y Rook, 2007).

El uso de la técnica no estructurada desde el amplio ámbito de la investigación social depende en todo momento del objetivo y contenido de cada entrevista, de las características de las personas que interaccionan y del contexto en el que tiene lugar (Corbetta, 2003). Así, se genera una conversación profesional con una o varias personas (Ruiz-Olabuénaga, Aristegui y Melgosa, 2002) y está dirigida a sujetos elegidos sobre la base de un plan de investigación guiada sobre la base de un esquema flexible (Corbetta, 2003).

Según Acevedo y López (1988), las preguntas deben basarse en el conocimiento adquirido por el investigador/a en la revisión bibliográfica sobre el tema abordado. En el ámbito de las investigaciones en turismo, Azuara (2019) expone la necesidad de adaptar los métodos de investigación científica a las particularidades de dicho conocimiento, esto es, al tratamiento directo con las personas y la consecuente dificultad para predecir sus comportamientos. Es por ello que para el diseño del guión de la entrevista se identificó qué se debería considerar, levantando datos mediante un conjunto de preguntas previamente determinadas y dirigidas a una muestra representativa (IICA, 2014). Con un enfoque subjetivista se elaboraron los procedimientos y técnicas propias de la

observación y el análisis de la realidad empírica, donde el sujeto responde a las preguntas que se van construyendo en el curso de la investigación con el propósito de comprender a los sujetos objeto de estudio (Corbetta, 2007).

Esta técnica cualitativa explora un tema a partir de la búsqueda de información, opiniones, intereses e implicaciones de diferentes sujetos (Hudson y Ozanne, 1988) para analizarlos y presentarlos de manera estructurada. Por su parte, Sancho (2001:12) considera que “es una estrategia usada para responder a preguntas sobre los grupos, comunidades e interacciones humanas y tiene una finalidad descriptiva de los fenómenos de interés o predictiva de los fenómenos turísticos, o de los comportamientos humanos y su relación con el turismo”.

Finalmente consideramos las cuatro ventajas propuestas por Pourpat (2008) al elegir la entrevista como técnica de recolección de datos en esta primera etapa de la investigación:

- a) Se basa en la realidad del encuestado, por lo que le permite expresarse libremente sobre los temas de la investigación.
- b) Posibilita la aparición de nuevas dimensiones, que inicialmente pueden no haber sido consideradas por el investigador en el corpus de su trabajo.
- c) Busca la saturación de la información dada por el entrevistado sobre el tema de la investigación.
- d) Permite una mejor exposición de la experiencia del encuestado, gracias a su flexibilidad.

En este caso se buscó conocer las prácticas de RS como un todo, a partir de las experiencias de los emprendedores turísticos en la provincia de Santa Elena. Se ha considerado esta técnica de adquisición de datos antes de pasar a la etapa cuantitativa. En definitiva, la investigación trabajó con una entrevista cualitativa del tipo semiabierto (Vergara, 2005) para recopilar los datos, con un guión preparado a partir de la información encontradas en la revisión bibliográfica (Anexo 4).

4.1 La técnica de análisis de los datos cualitativos

Como técnica para el análisis de los datos encontrados se utilizó el análisis de contenido (AC en adelante) que, según Bauer (2002), es un método de análisis de texto desarrollado dentro de las ciencias sociales y "se considera una técnica para el procesamiento de datos que tiene como objetivo identificar qué se dice sobre cierto tema" (Vergara, 2005:15). Además, la autora ratifica que se presta para etapas exploratorias en investigaciones de este tipo.

Dicha técnica fue usada originalmente por Bardin (1996). Navarro y Díaz (1994) afirman que para eso se debe considerar a AC en términos instrumentales, además, guiándose por el rigor en el uso de este análisis para superar las dudas planteadas. De esta forma, los autores plantearon un análisis en el que el fenómeno de significación debe entenderse como una realidad de subjetividad individual, en cuyo caso, un análisis debe aplicarse desde el criterio de homogeneidad semántica. En la presentación de los resultados, los fragmentos considerados como los más significativos de cada entrevista deben presentarse de forma narrativa en función del comportamiento de los propios sujetos (Azuara y Curiel, 2019). Además, según Navarro y Díaz (1994), a pesar de la variedad de métodos y técnicas para hacer el AC, el procedimiento que puede considerarse estándar es la codificación. De modo destacable, Bauer (2002) enfatiza la validez de este método explicando que el AC "es una técnica que produce inferencias de un texto focal para su contexto social de manera objetiva" (Bauer, 2002:191).

4.2 Proceso del trabajo de campo

El primer paso realizado en la presente investigación fue la lectura atenta y reiterada de los documentos utilizados en la recopilación de datos, lo que ayudó a la selección de las categorías. Finalmente, se eligió una interpretación

de los resultados mediante el emparejamiento que asocia los resultados a la referencia teórica utilizada (Vergara, 2005). También, en el diseño del guión se consideraron características de los entrevistados y su participación en la comunidad. Este guión abordó una cantidad de respuestas a través de información recopilada. Se obtuvo una gran cantidad de percepciones, experiencias, vivencias de este grupo objeto de estudio, en relación con las variables identificadas en la revisión bibliográfica.

Para la compilación inicial de datos (pre entrevista) se realizó la revisión bibliográfica relacionada con el tema en mención, después se efectuaron las entrevistas semiestructuradas individuales. Se decidió entrevistar a emprendedores turísticos de la provincia Santa Elena, específicamente en el cantón del mismo nombre, por ser el más grande en extensión geográfica y con mayor número de comunidades rurales, atractivos turísticos naturales y culturales. Para seleccionar a los sujetos se buscó recolectar la visión de los emprendedores que tienen experiencia turística en las comunidades con el propósito de reunir información de las dimensiones de RS (económica, legal, ética o filantrópica) que ellos realizan en las comunidades, así como buscar la participación en el TC, cubriendo así un máximo de experiencias diferentes.

Las preguntas versaban sobre las actividades de RS que realizan en comunidades rurales relacionadas a las buenas prácticas que tenían en las comunidades, también se investigaron otros aspectos relacionados con la experiencia de actividades en TC que realizan en las comunidades rurales como la experiencia, los emprendimientos, la oferta y demanda turística. La Tabla 32 muestra los conceptos, autores/organizaciones y actividades/prácticas que se pueden realizar que sirvieron de base para el diseño del guión de la entrevista.

Tabla 32. Conceptos de RS y TC empleados en el guión de la entrevista.

Autor	Definición RS	Práctica/actividad
Carroll (1991)	Son las responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas de las empresas.	Económicas, legales, éticas y filantrópicas
McWilliams y Siegel (2000)	Acciones que persiguen algún bien social más allá de los intereses de la empresa y los requerimientos legales.	Acciones positivas para el bien común de la sociedad.
Gibson-Graham (2003)	Cultivo de prácticas éticas en la formación de los individuos	Acciones éticas
Van Marrewijk (2003)	Actividades - voluntarias por definición -que demuestran la inclusión de preocupaciones sociales y medioambientales en la ejecución de los negocios y en su relación con sus stakeholders en función de los niveles de ambición de sostenibilidad de la empresa.	Actividades voluntarias
Kotler y Lee (2004)	Compromiso comunitario	Compromiso comunitario
Organizaciones		
Organización	Definición RS y TC	Actividad
Comisión Europea (Bélica)	Responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad, integración de las preocupaciones sociales, ambientales y éticas, respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica a fin de maximizar la creación de valor compartido para sus propietarios/accionistas y las demás partes interesadas y la sociedad en sentido amplio.	Responsabilidades integrales en la sociedad
Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) Ecuador	Instrumento de la gestión empresarial con una visión alternativa de negocios de la empresa, que considera el aspecto económico, social, ambiental y la relación que la empresa establece con sus grupos de interés.	Relación empresa con sus grupos de interés
Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE)	Turismo comunitario es toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales	-Participación activa de la comunidad. -Manejo adecuado de los recursos naturales y culturales. -Distribución equitativa de los beneficios locales

Fuente: Elaboración propia.

Para el tratamiento de las entrevistas, se utilizaron las siguientes etapas metodológicas:

- Recepción de la entrevista.
- Codificación de la entrevista.
- Interpretación de resultados basándonos en el enfoque comunitario participativo (Grinwood y Qiu, 2015), específicamente sobre las prácticas de los residentes, y pequeños emprendedores asociados a la RS y el TC.

El perfil de los entrevistados se detalla en la Tabla 33. Están identificados por un código alfanumérico para garantizar el anonimato de los participantes que colaboraron con esta investigación.

Tabla 33. Perfil demográfico de participantes.

Código	Sexo	Edad/años	Años dedicados a la actividad	Actividad
ET1	Femenino	43	23 años	Artesano
ET2	Femenino	47	27 años	Gastronomía
ET3	Masculino	53	43 años	Pesca artesanal
ET4	Masculino	65	50 años	Finca orgánica
ET5	Masculino	40	10 años	Restaurante
ET6	Femenino	38	6 años	Cabañas
ET7	Femenino	45	5 años	Tiendas de barrio
ET8	Femenino	42	8 años	Restaurante
ET9	Masculino	32	5 años	Guía de turismo
ET10	Masculino	34	10 años	Gastronomía
ET11	Femenino	38	10 años	Tiendas de barrio
ET12	Femenino	31	5 años	Artesano

Fuente: Elaboración propia.

En relación con el perfil de los entrevistados, en base a la revisión bibliográfica y considerando la propuesta de establecer los indicadores sostenibles de la RS en la práctica del TC para el desarrollo local de las comunidades en la provincia de Santa Elena, se consideraron todas las entrevistas realizadas ya que influyen en las actividades que realizan los emprendedores turísticos, esto debido a que la actividad turística en esta provincia se encuentra en su etapa inicial, es de suma importancia registrar la información que va aflorando para nuestra investigación. La razón por la que se eligieron todos estos perfiles de entrevistas es porque las respuestas ayudan a comprender que motivación tiene cada segmento al respecto de realizar dichas actividades para su bienestar personal, lo que deriva en información importante para nosotros en la primera etapa metodológica.

4.3 Presentación de los resultados de las entrevistas

Los datos encontrados se clasifican según las diferentes actividades que fueron abordadas por los entrevistados, relatando sus experiencias y contexto en las comunidades rurales del cantón Santa Elena. La entrevista se presenta en forma directa y ordenada por ejes temáticos. En cada parte se compilan las respuestas más relevantes de los entrevistados. Los resultados fueron divididos así para obtener una mejor interpretación. Se desarrolló una estrategia extensiva (Navarro y Díaz, 1994), donde se necesitaban varias entrevistas para examinar de manera concreta y precisa. Además, se consideró un conjunto de textos como producto de una misma subjetividad afirmando que se utilizó el método agregativo.

Al igual que los estudios de Grinwood y Qiu (2015), las preguntas se basaron en enfoque comunitario y participativo, a través del diálogo de los conocimientos, lo que generó una mejor comprensión de las relaciones responsables dentro de la comunidad. En una primera parte se estudió las acciones de RS que, de manera general, realizan a diario los pequeños emprendedores que viven la comunidad. En una segunda parte se recogió información detallada de las actividades turísticas que realizan dentro de las dimensiones de la RS (económica, legal, ética y filantrópica). Y en una tercera parte de la entrevista se recogió información sobre la participación de las actividades (económicas, sociales y ambientales) de RS en el TC que realizan los actores mencionados dentro de la comunidad. Así como también se identificaron cuáles fueron sus motivaciones y obstáculos que tienen para realizar dichas actividades. La formulación de las preguntas no variaba según el entrevistado, ya que lo que cambiaba era la intensidad de las respuestas, y, por tanto, la reformulación de la pregunta fue para conseguir información más detallada del entrevistado sobre su experiencia vivida.

4.3.1 Responsabilidad social en el Turismo Comunitario

La primera pregunta realizada (lanzadera) a los entrevistados fue ¿Qué actividades generales realiza dentro de la comunidad?

Las respuestas fueron variadas, pero a pesar de aquello se pudo generalizar aspectos presentes, lo que ayudó al diseño de las categorías. Las actividades que realizan a diario son: ET1 “elaboración de artesanías”, ET2 “gastronomía” y ET3 “pesca artesanal”; aquéllas, son sus formas de vida desde siempre porque sus padres les enseñaron y nunca han salido de la comunidad.

Cuando consultamos a los emprendedores turísticos de la comunidad, sus respuestas generales fueron ET 1, 2 y 3 “nosotros generamos empleo familiar”

Trabajamos de acuerdo a la demanda que llega a la comunidad por temporada, cuando es temporada alta llega gente de la sierra de Cuenca, Ambato de Quito, a ellos les gusta mariscos frescos, el pescado, los ceviches son los platos que más se venden, ahí hay trabajo todos los días, pero cuando es temporada baja solo trabajamos los fines de semana, pero en la realidad siempre hay trabajo al turista nacional le gusta comer bien (ET 2).

Así también cuando consultamos a los pobladores con más años de edad, qué actividades generales realiza en sus comunidades del cantón Santa Elena, las respuestas homogéneas fueron: “agricultura en fincas orgánicas y pesca artesanal”, debido a que es la actividad que saben hacer bien, como lo menciona ET4.

Yo vivo y trabajo en esta comunidad porque hay grandes extensiones de tierra para cultivar, aquí hay bosque primario que se protege, los productos que cultivamos son naranja, verde, maracuyá a la gente le gusta comprarnos cuando nos visita, ellos quieren que les expliquemos como lo hacemos, que tipo de abono usamos, cada que tiempo se cosecha, a ellos les agrada y regresan a nuestras comunidades (ET4).

Otra pregunta realizada a los entrevistados fue ¿Qué actividades responsables realiza dentro de la comunidad?

En las entrevistas realizadas se reconoce la importancia de respetar la organización de la comunidad y colaborar en el cuidado de la misma, podemos citar lo que nos señala ET5 en el que la entrevistada señaló las actividades.

Aquí se respeta la cultura, la tradición, organización que tenemos, ayudándonos unos a otros en tener bien cuidada nuestra casa, porque es el lugar donde nacimos, donde están nuestras vidas y así mismo queremos que nos respeten, que nos visiten, que nos hagan promoción de lo que aquí hacemos para que lleguen los turistas de todas partes (ET5).

Además de esta entrevista, la importancia del cuidado ambiental fue citada como otro caso de ET3, donde también se menciona el cuidado de la comunidad para desarrollar el turismo local.

El entrevistado en este caso dijo:

Como comunero, como pescador artesanal toda mi vida tengo que decir que es importante el cuidado de la basura, porque antes la pesca era más rica en abundancia teníamos los productos más sanos y hoy lo que tenemos es más basura que peces, por eso debemos cuidar y limpiar nuestras playas ya que es nuestra casa aquí es donde vivimos, de donde comemos y los turistas que vienen algunos no entienden (ET3).

Otra de las actividades de RS que realizan dentro de la comunidad son las obligaciones personales que son las prácticas responsables que la población en general realiza para el cuidado de los recursos que poseen. Así ET1, 2 y 3 han coincidido en que la responsabilidad social más importante es el “respeto propio, la seguridad, la felicidad” ya que todos los miembros de la familia y la propia población están interesados y eso ayuda a que la “comunidad” genere

hábitos y prácticas “aprovechando los recursos naturales y culturales” de cada localidad para atraer turistas nacionales y extranjeros.

En cuanto a las actividades responsables que realizan los turistas que llegan a las comunidades del cantón Santa Elena de visita está que ET7 y ET11 mencionan que no buscan información porque permanecen poco tiempo y van solo por actividades específicas como “deportes de aventura, descanso, gastronomía, fotografía” y que notan que la comunidad no está preparada en su totalidad para recibir turistas, pese a tener atractivos turísticos suficientes. Respetan sus “costumbres y tradiciones” pero esperan más oferta turística (como afirma ET7) para permanecer por más tiempo en las comunidades rurales para conocer la comunidad y apoyar al desarrollo local.

Con estas apreciaciones, y haciendo referencia a la revisión bibliográfica realizada en el marco teórico, todos los actores en el turismo tanto los residentes, los pequeños emprendedores y los turistas tienen responsabilidades sociales muy específicas que cumplir desde su comportamiento en sus distintos papeles, así como en el nivel de importancia que sus acciones generan en el cuidado de los recursos naturales y culturales de las comunidades que están en etapa inicial de desarrollo turístico.

Por tanto, las variables encontradas para la presente investigación son:

1. Respeto a la organización, cultura y tradición de la comunidad.
2. Cuidado ambiental de la comunidad.
3. Participación local, toma de decisiones, planificación
4. Facilito el respeto propio, la seguridad, la felicidad

Dentro de las actividades responsables que realizan, otra pregunta realizada a los entrevistados fue ¿Qué nivel de importancia representan para usted realizar estas actividades?

Cuando consultamos a los residentes, la respuesta fue inmediata, el nivel de importancia es alto (ET6, ET7 y ET9) debido a que es el sustento de vida diaria que realizan en sus comunidades y tratan de proteger sus recursos. ET9 comenta “la pesca artesanal es una actividad de los varones es un recurso natural que hay que cuidar y pedir permiso al mar para sacar al pescado”, están de acuerdo que se debe mantener y ser responsables para conservar los recursos, costumbres y tradiciones de cada comunidad.

Los pequeños emprendedores ET1, 2 y 3 comentaron que para ellos el nivel de importancia de hacer aquellas actividades es alto ya que “son nuestros trabajos”. Han argumentado, “no tenemos jefe, ni horario, somos jefes de hogar”. También coinciden que las actividades que realizan les permite estar “cerca de la familia” y dan cuenta que es una actividad que dinamiza la actividad local para el desarrollo de las comunidades. Para otros entrevistados sobre la misma pregunta en estudio, comentaron ET7 que es alta debido a que su motivación es “el descanso de los turistas”, “salir de la rutina” coincidiendo con la opinión de ET11 con la llegada de turistas. Queda claro que tanto los residentes y pequeños emprendedores turísticos que viven en las comunidades rurales son actores importantes en las acciones y actividades específicas que realizan. ET5, ET6 y ET10 coinciden en que es importante que dentro de la actividad turística la RS sea valorada para la conservación de los recursos naturales y culturales.

De modo que se logró identificar las siguientes categorías:

1. Interés por conocer más a la comunidad.
2. Apoyar el desarrollo local.

4.3.2 Dimensiones de la responsabilidad social en los residentes y pequeños emprendedores.

En la revisión bibliográfica se percibió que la RSE varía de comunidad a comunidad. Por más que haya detalle en su definición, ésta no puede ser de cobertura mundial, válidas en todos los contextos o para todas las empresas, sino al contrario, en cada caso cada una debería implementarla de acuerdo a sus fines. Con este punto tratamos de recopilar información variada de actividades de RS aplicadas en el TC que realizan los residentes y pequeños emprendedores en función de los distintos contextos ya sean sociales, económicos, culturales, legales y políticos del cantón Santa Elena.

Con respecto a la pregunta. Describa las actividades turísticas más solicitadas en la comunidad (desde la dimensión económica). Las respuestas fueron muy parecidas, encontrándose que los residentes perciben que las actividades turísticas más demandadas en su comunidad son práctica de deportes, gastronomía, compra y elaboración de artesanías, fotografías. En el caso de ET9, menciona que los turistas que llegan a las comunidades por temporada prefieren actividades como “descanso, caminatas cortas o deportes acuáticos en su mayoría”. Después está también la “la gastronomía”. Coincide con ET7 que afirma que realizan también “compra de artesanías y fotografías”. También, si es por la mañana, los turistas les visitan cuando los pescadores llegan a la playa “ellos se sorprenden y nos miran como descargamos la pesca”.

Con respecto a los pequeños emprendedores, ET3 comenta que los turistas locales que llegan y requieren de sus servicios son preparación de alimentos, lo más vendido son platos en base a mariscos frescos, así también ET 1 y 4 mencionaron que de acuerdo a la temporada las actividades más solicitadas para ellos son “venta de artesanías de tagua por ser económicas” elaboración de artesanías de paja toquilla, caña guadúa y tagua, los turistas se interesan por saber cómo elaboramos las artesanías preguntan cómo lo

hacemos. Así como también todos coincidieron que las “actividades más demandadas para el descanso en la playa de los turistas son el alquiler de carpas y sillas.

Así también los entrevistados consultados ET7, ET9, ET11 describieron que lo que prefieren los turistas es realizar “deportes al aire libre, acuáticos, observación de ballenas en temporada y degustar la gastronomía”. Así también “contemplar, fotografiar, preguntar de que material están elaboradas las artesanías, para tomar la decisión de que se va a comprar”. No muy diferente, ET5 comentó que los turistas realizan “actividades de senderismo, caminatas al aire libre, observación de flora y fauna y dedican tiempo para conversar con los residentes en las comunidades”.

Las actividades turísticas más solicitadas que reciben este grupo de actores entrevistados en su mayoría fueron “la gastronomía, los visitantes quiere comer cuando llegan de visita o de paso a las comunidades” ET1, ET2, ET7. Otra de las actividades más solicitadas en general es descansar en una carpa para protegerse del sol y alquiler de sillas ET5, ET9, ET11. “todo depende del tiempo que los turistas permanezcan en el lugar para solicitar nuestros servicios que ofrecemos ya que algunos toman la decisión de quedarse una noche y solicitan hospedaje”.

Finalmentey citando las entrevistas anteriores, se lograron categorizar las actividades turísticas más solicitadas en las comunidades estudiadas de la siguiente manera:

1. Guianza e interpretación.
2. Gastronomía.
3. Compra de artesanías.
4. Hospedería comunitaria.
5. Alquiler de sillas y carpas.

4.3.3 Dimensiones de la Responsabilidad Social (compromisos)

Desde la dimensión legal (cumplir con la ley). En esta pregunta ¿Identifique las actividades que usted realiza periódicamente en su comunidad? tratamos de averiguar con qué frecuencia realizan esas actividades, si son ocasionales o habituales.

En general, lo que también se encontró aquí es, como mencionó ET1 y ET8, que algunas de las actividades que ellos realizan son habituales “tratamos de pagar puntualmente nuestras obligaciones, así como a nuestros compañeros que nos venden la materia prima para la elaboración de artesanías”. Todo eso depende de cómo se desarrollen las ventas, así también son ocasionales los pagos al personal que colabora por temporada.

Así también mencionaron ET1, 2 y 12 que las actividades periódicas que ellas realizan son

Aquí nosotros pagamos las deudas que tenemos porque no nos gusta tener problemas, todos nos conocemos y nos miramos todos los días, cumplimos con lo que en la comunidad acordamos porque creemos que es para estar mejor y ordenados (ET12).

Otras actividades legales que realizan cuando ingresan a la comunidad son quienes nos visitan, así ET5, 6, 7 mencionaron coincidiendo en sus respuestas “hay comunidades que están organizadas entre ellos y cobran una entrada como el caso de la comuna Dos Mangas, son valores simbólicos más por ingresar al sendero natural, también hay comunidades que solicitan pago de los guías que realizan el recorrido con nosotros y está bien estamos de acuerdo con esos pagos, porque son sus recursos” al respecto ET9 mencionó “las actividades que dependen de nosotros es necesario cumplir y respetar”.

Con los datos recopilados la categorización propuesta fue la siguiente:

1. Realizar pagos adquiridos.

2. Pagos de ingreso a la comunidad.
3. Pagos establecidos por la comunidad a los Guías nativos.
4. Respeta las decisiones tomadas en la comunidad.

Otra pregunta que se hizo fue desde la dimensión ética: Identifique ¿qué actividades concretas realiza usted en la comunidad para generar desarrollo turístico? Con esta pregunta se tratan de identificar los comportamientos que se manifiestan en las comunidades. Se puede concluir que las actividades concretas deben ser evidenciadas por todos los que pertenecen a las comunidades, ya sea como residentes o como pequeños emprendedores, ya que todos coincidieron en sus respuestas. Las actividades concretas para los residentes son los valores que cada ser humano tiene para respetar la cultura, las costumbres, los recursos que poseen ellos en sus comunidades y les pertenecen. Los pequeños emprendedores coincidieron en que ellos realizan actividades concretas tales como buena atención al cliente y ofrecer precios justos en los productos, ya que eso distingue una comunidad de otra. Y lo que comentaron los entrevistados de manera general, fue que ellos tratan de ser cuidadosos con el ambiente tratando de no contaminar ni degradar los recursos sean estos naturales o culturales, en resumen, es todo lo que ellos hacen en las comunidades que visitan, su comportamiento es visible para todos y de eso depende ser aceptado en la comunidad.

De las respuestas obtenidas se pudieron categorizar las actividades concretas que realizan de la siguiente manera:

1. Comportamientos respetuosos frente a los miembros de la comunidad.
2. Oferta de servicios turísticos a precios justos
3. Atención al cliente
4. Información completa y transparente a los turistas.

Con la siguiente pregunta. Mencione a continuación las actividades especiales (filantrópicas) que en su comunidad usted realiza voluntariamente. Buscando identificar acciones particulares que se realizan en las comunidades, se pudo verificar que forman parte de los comportamientos en general de los sujetos en las comunidades.

Así ET3 afirma:

Aquí se participa con los compañeros o los familiares que quieren hacer la pesca artesanal, yo con mis conocimientos ya de años por toda mi vida he sido pescador, les cuento que no es tan fácil realizar faena, el mar es celoso, hay que tenerle mucho respeto y pedirle permiso para la pesca, las personas también que me preguntan cómo este trabajo alcanza para vivir, la respuesta es días hay, días no hay así se vive del mar, que quiera dar (ET3).

Una respuesta con bastantes similitudes aparece en la entrevista a ET12:

En la comunidad por los líderes que nos han representado hemos logrado emprender, porque ellos nos han ayudado con las gestiones personales para que nosotros podamos empezar nuestros negocios, ahora ya 10 años que trabajo como artesano junto a mi familia en elaboración de artesanías locales y conversando con los jóvenes de aquí mismo para que aprendan este trabajo que les dará un empleo yo les digo aprendan que esto más adelante les dará de comer (ET12).

Del mismo modo ET4 mencionó “transmitir nuestros conocimientos a los jóvenes es nuestro compromiso en la comunidad, así como a nosotros nos han enseñado nuestros abuelos, nuestros padres estos trabajos para seguir transmitiendo a nuestros hijos [...] Aquí voluntariamente nos reunimos las mujeres para conversar que negocio está teniendo problemas para ayudar [...] Lo que hacemos también es pedir a los jóvenes nuestros líderes realicen gestión en los municipios para que promocionen nuestra comunidad y podamos tener

más trabajo, más recursos, más llegada de turistas que quieran conocer nuestras comunidades como vivimos, que hacemos”.

Cuando consultamos a otros entrevistados, ellos también comentaron: ET5, 6 y 8 mencionaron de manera general que cuando los turistas conocen una comunidad y fueron bien atendidos, ellos recomiendan a sus familiares y amigos por redes sociales que les visiten y conozcan, y “ellos regresan cada vez porque les gusta y se sienten bien”. Cuando consultamos a ET9 nos comentó que la acción que él realiza cada vez que inicia su trabajo como guía en su comunidad es ayudar sacando la basura así “yo pienso que ayudo al ambiente que está contaminado de desperdicios”.

En concreto, los entrevistados piensan que los compromisos que tienen en la comunidad son altos ya que son las acciones que ellos realizan a diario, para que la comunidad se desarrolle, para lograrlo mencionan que necesitan de líderes que busquen soluciones a sus necesidades para obtener mejoras en sus comunidades.

Los pequeños emprendedores son personas de la localidad y mencionan que ellos tienen responsabilidad con sus familias ya que transmitir sus conocimientos garantizaría que los negocios perduren, se amplíen dando empleo a más personas y no tengan que salir a buscar trabajo, así mismo comentan que es necesario que los turistas aprecien lo que ofrecen a través de sus artesanías, gastronomía, interpretación en la comunidad que está lista para recibir a visitantes.

Por lo tanto, la caracterización de las acciones filantrópicas es la siguiente:

1. Participación voluntaria en gestiones operativas para el bien de la comunidad.

2. Contribuyen con sus conocimientos ancestrales para organizar el legado de sus costumbres.

3. Usted se reúne con los miembros de su gremio y contribuye con el que requiera apoyo.

4. Los líderes de la comunidad realizan gestiones sin esperar recompensa alguna.

5. Colaborar sacando de la comunidad la basura generada por los visitantes.

Para el grupo de entrevistados al averiguar sobre la “aplicación de acciones concretas que realizan en el TC” vuelven a presentarse las acciones concretas que cada sujeto realiza en la comunidad desde su contexto. Así como en la pregunta que se planteó sobre las actividades económicas en las comunidades.

Menciona ET6, tiene que ver con la organización de la comunidad para que las familias tengan oportunidades de empleo. Como se evidencia en la respuesta de ET2, “la responsabilidad que tenemos aquí es alta en nuestra comunidad que vive del turismo comunitario porque son los emprendimientos de mujeres que han generado desarrollo económico, social y son los que perdurarán en el tiempo porque enseñan a los demás, aquí la gente sabe que tiene que tratar bien al turista para que regrese”.

Esta entrevista arrojó varias opiniones de las actividades de responsabilidad social que realizan en la comunidad, ET1 “aquí nosotros estamos conscientes de las responsabilidades que tenemos para con los clientes”, ellos deben ser bien tratados para que regresen, ofreciéndoles productos variados, sencillos, a precios justos y que aprecien lo que nosotros sabemos hacer aquí en la comunidad.

Al respecto también comentaron ET2, 5 y 9 “nosotros fuimos capacitados por MINTUR” al respecto ET9 mencionó para tratar al cliente dando la información correcta, de manera honesta, para que ellos se sientan en confianza de lo que ofrecemos, así también los animamos a que compren nuestros productos que nosotros hacemos”.

La opinión de los otros entrevistados en esta pregunta también fue importante, al respecto ET10 de manera general comentó “los precios deben ser los del mercado para que sean competitivos, esa es la estrategia para que vendan, ofreciendo buenos productos, explicando al turista porque debemos preferir productos naturales hechos por las comunidades rurales, así nosotros estamos informados, sabemos que son emprendimientos pequeños que necesitan de nuestro apoyo”.

En las entrevistas aplicadas a emprendedores sobre las actividades económicas de responsabilidad social que deben existir en el turismo comunitario, se evidenció un común de respuestas sobre los clientes. Los pobladores son conscientes de que para que haya un buen funcionamiento de la economía en sus localidades deben atender bien a los clientes, estar informados de los precios del mercado, conocer su oferta turística, promocionar bien sus recursos naturales y culturales y ser honestos en los valores económicos. Ya que los emprendimientos suponen uno de los ejes estratégicos de la política pública de Ecuador sobre todo en comunidades rurales.

Al final de las entrevistas resultó que las actividades económicas son de alto nivel de importancia para las comunidades que realizan el turismo comunitario, porque es su desarrollo local y su futuro, las categorías son las siguientes:

1. La RS está integrada a la estrategia de política pública del país.
2. Ofrecen productos y/o servicios de buena calidad a precios competitivos.

3. Conocen las necesidades, expectativas y satisfacción de los clientes.
4. Ofrecen información completa, transparente y honesta de la oferta comercial.
5. Alientan a los clientes para el uso y consumo de productos y servicios locales

Para la pregunta ¿en qué grado de implementación se encuentran las actividades sociales de RS del TC? las respuestas fueron similares. Los informantes creen que las actividades sociales son de importancia porque es la cotidianidad de ellos, los valores, las acciones que realizan a diario. Lo confirma ET1:

Se promueve el derecho de todos los ciudadanos de la comunidad desde el más joven al más viejo porque así nos han enseñado nuestros padres a respetarnos, a vivir en armonía con los vecinos, el respeto por nuestra cultura, nuestras propias raíces, hay muchos jóvenes que no les gusta ni saben de dónde vienen, ellos prefieren vivir en las ciudades grandes... ET1

Para el informante ET4 “la mayoría de las personas ya mayores aquí que hemos vivido siempre nos damos cuenta que es importante el respeto entre todos..., para que lleguen turistas deben existir comunidades respetuosas y orgullosas de lo que son, de lo que tienen para salir adelante”.

Los valores también están presentes en las respuestas de otros entrevistados. Así ET2 “Se toma en cuenta el trabajo de las mujeres en la economía y labores de la casa” en equidad de género. También ET4 mencionó “la organización que mantenemos a través del cabildo comunal hace que tengamos claro nuestras actividades sociales en la comunidad y respetar los derechos como personas”

Cuando se consultó a otros entrevistados mencionaron que, los turistas no miran que las comunidades estén preparadas para recibir a las personas con discapacidad. Para ET9 “es muy difícil ingresar a la persona en silla de ruedas a la playa, no tienen acceso ni oferta turística para ellos”. ET10 “no se observa que en los negocios estén empleando a personas con discapacidad” ET11 “algunos negocios y guías cuidan de su presentación, cuidado personal e higiene”. Al respecto, ET5 mencionó:

Promueven en los turistas el respeto al patrimonio, los valores, la cultura, las costumbres de las comunidades locales, eso hace que sean más responsables e interesados en el turismo comunitario.

Por lo tanto, en relación con los compromisos sociales, los residentes y pequeños emprendedores en el contexto de las comunidades rurales del cantón Santa Elena están claros que tienen compromisos que cumplir en sus localidades.

Finalmente, esas actividades son muy positivas para el desarrollo del turismo comunitario permitiendo un desarrollo.

Para Kotler y Lee (2004) estas características se dan en localidades rurales por existir un compromiso comunitario, y son las que a través de su participación buscan actividades sociales que les permitan el bienestar para todos sus miembros. Así también los actores son claros en decir que los compromisos comunitarios que se establecen en consenso, se cumplen. Así es muy fuerte el compromiso que asume, lo que hace que la RS esté presente en sus actividades. Además, con respecto a las actividades sociales voluntarias, (Van Marrewijk, 2003) indica que demuestran la inclusión de preocupaciones sociales y medioambientales en la ejecución de las actividades económicas y en su relación con los sujetos que forman parte en función de los niveles de ambición de sostenibilidad de la comunidad. Por ello, la categorización propuesta es la siguiente:

1. Respeto por los Derechos Humanos de los trabajadores y la comunidad local.
2. Cuidan de las condiciones de salud e higiene laboral.
3. Promueven la equidad de género en todas las actividades laborales de la comunidad.
4. Infraestructura adecuada.
5. Inclusión.
6. Respeto por el patrimonio, los valores, la cultura.

La última pregunta en este tema respecto a las actividades ambientales fue: Indíquenos ¿qué actividades de cuidado ambiental realizan en la comunidad.

Aquí se pudo constatar las actividades ambientales de RS que realizan en las comunidades estudiadas. ET4 indica que “por tanta contaminación estamos regresando a las tierras a cultivar productos naturales” y piensa que es necesario implementar los huertos naturales en cada casa de la comunidad para consumir productos sanos. Ya ET9 menciona que “queremos reducir los plásticos, es nuestra mayor preocupación porque las playas después de un feriado quedan llenas de basura, cantidades grandes de plástico”, coincidiendo también con las respuestas de ET10 y ET12, donde argumentan que la gente debe llevarse su basura porque contaminan el territorio.

Dentro del grupo pequeños emprendedores, ET1 comentó: “al final de cada día de trabajo limpiamos nuestro espacio, sacamos la basura”. ET3 dice: “nosotros tenemos el compromiso en la comunidad de pedir al cliente que no deje su basura y les pedimos que coloquen en los recipientes la basura”. ET2 y 4 también coincidieron en comentar que se necesita colaboración de todos, tanto la comunidad como los turistas en cuanto a sacar la basura. Ellos piensan

que no solo es el deber de la comunidad, sino que debe ser compartido ese compromiso de ayudar a mantener limpio el lugar donde estamos.

Finalmente, otro grupo de entrevistados también aportaron así, ET6 explicó que “las comunidades no tienen organizado que hacer con la basura y se necesita de proyectos para reciclar y reutilizar que beneficie al ambiente”. ET6 menciona que “los pobladores deben motivar a los turistas a sacar su propia basura” para dejar limpio las comunidades. También ET7 comentó: “es necesario que en las comunidades se consuman productos naturales cultivados por los propios comuneros, de modo que eso generaría más empleo y motivaría a los turistas a visitar estos lugares”.

4.3.4 Motivaciones y obstáculos para la aplicación de la Responsabilidad Social

Tratando también de indagar sobre las motivaciones y los obstáculos para implementar actividades de RS en las comunidades, la pregunta que se realizó al respecto fue ¿cuál es su opinión en cuanto a las motivaciones que tienen para aplicar la RS en las comunidades?

Lo que se pudo verificar fue que existen motivaciones en cada sujeto consultado. Así, el informante ET6 comentó que “la motivación son los valores propios, de nuestras acciones”. Cree que son las más importantes en cualquier lugar, pues al final son la moral y las costumbres las que impulsan a hacer bien las cosas. ET4 opinó que “es el comportamiento”. Una comunidad que participa, que se organiza, que implementa normas es la que se desarrolla. Es decir, las fuentes de información consultadas sobre las motivaciones fueron las esperadas, ya que, como indica la revisión bibliográfica son esas acciones que persiguen algún bien social más allá de los intereses de un grupo.

Para ET1 y 2 son acciones que distinguen a cada comunidad. Les aporta mayor seguridad entre sus miembros en la comunidad, saber que se realizan actividades responsables, que a veces no resulta visible en la misma medida para todos. ET3 comentó que “las normas hacen que mejore nuestra imagen como comunidad, los turistas lo reconocen” y ET4 opinó que “las motivaciones son altas ya que somos más competitivos con otras comunidades realizando acciones que nos distingan”. Así, se confirmó que los pequeños emprendedores se encuentran motivados a realizar un conjunto de costumbres y normas ya que consideran que es importante para las comunidades que inician su actividad turística.

El sucesivo grupo de entrevistados mencionó lo siguiente ET7 opinó “la motivación más grande es el respeto a la naturaleza, a los recursos que son únicos” los turistas viajan para conocer lo que no hay en otros lugares y uno se motiva a cuidar los recursos. En su opinión ET8 mencionó “es el comportamiento de las personas que viven en la comunidad”.

ET9 opinó, la motivación debe ser compartida por todos, ya que menciona que no es alejada o individual, es de toda la colectividad.

Según la entrevista:

Las motivaciones deben ser para todos, se empieza con los miembros de la familia, los vecinos, los líderes, los compañeros de trabajo, con los turistas, es decir todos los que viven y llegan a las comunidades, para promocionar el trabajo que hacen las comunidades, que generan empleo (ET9).

Así llegamos a presentar las categorías respectivas en cuanto a las motivaciones:

1. Los valores personales (ética y moral).
2. La RS es visible en la comunidad.

3. La RS mejora la imagen y la competitividad de la comunidad ante los turistas.

4. La Presión de proteger los recursos lleva a implementar medidas de RS.

5. Implantar políticas de actividades RS en las comunidades.

A continuación, se realizó la última pregunta: En referencia a los obstáculos para aplicar acciones responsables en la Comunidad, ¿indíquenos su opinión, en relación a su comunidad? En general las respuestas casi siempre coincidieron entre los informantes, así ET1 comentó que no hay obstáculos “cuando hay organización desde las bases”, cuando la comunidad no está organizada nada es posible. El obstáculo encontrado para ET7 y ET10 es la actitud, la predisposición de querer hacer. Las personas no siempre están dispuestas. Dicen que no tienen confianza porque a veces no hay información y se necesita que comuniquen sobre las acciones responsables que se debe hacer.

En cuanto al grupo de pequeños emprendedores, éstas fueron sus opiniones. ET1 mencionó que “el obstáculo más grande está en uno mismo, el no querer ser justo, ser honesto”, en las actividades a diario porque de eso trata la RS, para ET2 “los obstáculos también son nuestros líderes que no apoyan”, y en muchas ocasiones solo los intereses personales, entonces cada uno es responsable de realizar acciones en beneficio personal que eso se vea reflejado en el desarrollo de la comunidad.

Cuando preguntamos a ET8 supo mencionar que “el obstáculo está desde la toma de decisión” para superarse por ejemplo hay varios proyectos de capacitación que llegan a la comunidad, pero muy poca gente se interesa y asiste a la socialización, mencionan que es muy largo el tiempo para realizar el curso, y muchos no finalizan, dejan de asistir y eso es un obstáculo para no lograrlo.

También consultamos a otros entrevistados y comentaron ET10 “los mismos pobladores no están convencidos del TC” es el propio sujeto que se pone obstáculos, también en el mismo sentido ET6 comentó “no se tiene apoyo de todos en la comunidad” unos están de acuerdo y apoyan y otros solo esperan que les lleguen beneficios, pero no colaboran. Finalmente, ET7 comentó: “aquí esperan apoyo total del gobierno central y no buscan sus propios medios” muchas personas creen que les llegará apoyo directo y pocas personas son las que buscan por sus propias iniciativas.

ET12 comentó:

Todo queremos que nos den... y culpamos al gobierno, pero si nos damos cuenta somos nosotros mismos los obstáculos, al no buscar la forma de empezar una actividad responsable de emprender para salir adelante por la familia (ET12).

Todas estas aportaciones ayudaron para categorizar los obstáculos:

1. Los residentes no están convencidos del turismo comunitario.
2. No se tiene apoyo de todos en la comunidad.
3. Los residentes esperan apoyo total del Gobierno central y no buscan sus propios medios.
4. El desconocimiento de proyectos de capacitación.

4.3.5 Hallazgos y conclusiones parciales de la primera etapa cualitativa

Después de las entrevistas, en esta etapa se llega a la conclusión que las acciones desempeñadas de RS (acciones voluntarias, acciones que realizan y obligaciones personales), así como las dimensiones de la RS (económicas, legales, éticas y filantrópicas) que se ejercen en las comunidades son visibles. Los sujetos las practican a diario en su contexto y tiene una estrecha relación

con las acciones que realizan en la práctica del turismo comunitario, lo que permite identificar las actividades vinculadas con RS.

Además las dimensiones halladas son: Dimensión económica, actividades que realizan como guianza e interpretación, gastronomía, elaboración de artesanías, hospedería comunitaria y alquiler de sillas y carpas; Dimensión legal: efectuadas por los residentes, entre ellas están realizar pagos adquiridos de proveedores, pagos de ingreso a la comunidad y pagos establecidos por la comunidad a los guías nativos siempre respetando las decisiones tomadas en la comunidad; Dimensión ética: comportamientos respetuosos frente a los miembros de la comunidad, oferta de servicios turísticos a precios justos, atención al cliente e información completa y transparente a los turistas. Finalmente, son: participación voluntaria en gestiones operativas para el bien de la comunidad, contribuyen con sus conocimientos ancestrales para organizar el legado de sus costumbres, donde se reúnen con los miembros de su gremio y contribuyen con el que requiera apoyo de los líderes de la comunidad y realizan gestiones sin esperar recompensa.

En relación a estos aspectos, también se halló que la participación que tienen las actividades de RS en el TC es vinculante. Se buscó para confirmar las respuestas lo hallado en la revisión bibliográfica, es decir, las actividades de responsabilidad social son compromisos respaldados en el comportamiento a través de sus acciones, convirtiéndose en la actualidad en una necesidad para la sociedad en materia turística.

Según las respuestas recopiladas, existe conocimiento de las acciones desempeñadas de RS que se deben realizar desde su rol en el TC. Es de destacar que en lo que respecta a los residentes de las comunidades, ellos tienen conciencia de lo importante que son las prácticas de RS para su comunidad, así como los emprendedores turísticos entienden que de ellos depende que el desarrollo turístico en las comunidades alcance un futuro.

Tabla 34. Variables de RS y TC a comprobar.

Variables RS y TC	Autor(es)
Obligación, Decisiones y acciones de las personas de negocios (compromisos)	Bowen (1953); Davis (1960; Drucker (1977); Jones (1980); Wood (1991); Brown y Dacin (1997); Davidson y Griffin (2000); Mohr, Webb y Harris (2001); Schermerhorn (2002); Smith (2003); Watson y Makay (2003); Maigan y Ferrell (2004); Alvarado (2008); Bondanowicz y Zientara (2008); Pérez (2011).
Obligación personal	McGuire (1963); Davis (1967); Davis y Blustrom (1968); Enderle y Tavis (1998); Vives (2011).
Participar en el diseño de actividades de RS y reconocimientos	Friedman (1970); Hay, Gray y Grates (1976); Angelidis e Ibrahim (1993); Valor y de la Cuesta (2003); Durán (2005).
Acciones voluntarias	Manne y Wallich (1972); Steiner (1972); Murray y Vogel (1997); Boatright (2000); Kok et al (2001); Van Marrewijk (2003); Yasarata et al. (2010);
Objetivos y motivaciones	Backman (1975); Davis (1976); Fitch (1976); Drucker (1984); Epstein (1987); Drucker (1992); Waldman et al. (2006); Henderson (2007); Tepelus (2008).
Llevar el conocimiento organizativo	Sethi (1975).
Responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas	Hay, Gray y Grates (1976); Carroll (1991); Quijano (1998); Maignan, Ferrell y Hult (1998); Jamali y Mirshak (2006); Guédez (2010).
Beneficios, prácticas, valores morales y éticos	Donalson (1982); Frederick (1983); Lerner y Fryxell (1988); Hamel (1998); Gibson-Graham (2003); Smith y Duffy (2003); Panwar (2006); Visser et al. (2007); Blackstock et al. Bramwell et al. (2008); Argandoña y Hoivic (2009); Srinivasan (2009).
Obstáculos para realizar actividades de RS	Freeman y Reed (1983).
Bienestar de la sociedad	Frederick (1960); Andrews (1987); McWilliams y Siegel (2000); Ashley (2001); Bienkiewicz (2008); Kliksberg (2012).
Comportamiento, juicio e intención ética del turista	Robin et al. (1996); Bass et al. (1999); Puhakka (2011); Chiappa et al. López-Sánchez y Pulido-Fernández (2016).
Compromiso comunitario	Kotler y Lee (2004); Theodori (2008); Jamal y Camargo (2014).
Turismo comunitario: participación, manejo de recursos, bienestar local	FEPTCE

Fuente: Elaboración propia.

A partir de la revisión de la literatura y los resultados encontrados en las entrevistas, se pueden derivar varias contribuciones que ayudarán en la continuidad de la presente tesis. En la Tabla 34 se identifican aspectos que coinciden tanto en la revisión bibliográfica como en la respuesta de los residentes y pequeños emprendedores. Además, éstos serán los elementos que se utilizarán para diseñar la herramienta para la etapa cuantitativa. Se entiende que es necesario tener en cuenta que las principales variables de responsabilidad social son esos compromisos, obligaciones, decisiones y acciones que los sujetos realizan y debe ser evidenciado con mayor control en el turismo comunitario. Cuanta más conciencia se tenga, mayores serán los beneficios para las comunidades locales que practican el turismo comunitario hacia el desarrollo local. Lo que se extrae a partir de esta afirmación es que las acciones

que se realizan a diario en cualquier contexto son obligaciones personales, que tienen que ver con todo lo que somos y realizamos, esas responsabilidades como los resultados éticos de los actos propios que puedan afectar a los intereses de otros (McGuire, 1963; Davis, 1967; Davis y Blstrom, 1968; Enderle y Tavis, 1998; Vives, 2011).

Por lo tanto, las responsabilidades sociales son todas esas acciones que se realizan en el turismo comunitario, son esas actividades que reflejan acciones participativas, con sujetos altamente comprometidos en el desarrollo local, cuyos valores éticos y morales evidencian compromiso de acciones a la que está expuesto el sujeto. De modo que las comunidades se constituyan fuertes desde sus bases con el propósito de alcanzar el bienestar social.

Como las principales conclusiones de este trabajo sustentado en la revisión bibliográfica de la tabla 32, se pueden destacar dos aspectos: en primer lugar, que las acciones desempeñadas de responsabilidad social surgen de la preocupación acerca de las consecuencias éticas de los actos propios, que pueden afectar a los intereses de la comunidad asumidas como compromisos en las comunidades locales que generan el bienestar social anhelado. Con el propósito de aumentar sus ingresos, utilizando sus recursos naturales y culturales de las localidades, además de participar en el diseño de actividades de RS propias.

Las actividades voluntarias que realizan los residentes y pequeños emprendedores en las comunidades, demuestran la inclusión de preocupaciones sociales y ambientales en la ejecución de emprendimientos turísticos y su relación con los stakeholders, en función de los niveles de sostenibilidad de los emprendimientos. Así como también es la actitud de los pequeños emprendedores turísticos hacia sus stakeholders como trabajadores, clientes, la sociedad en general e incluso las futuras generaciones.

En segundo lugar, las comunidades tienen pendiente fijar objetivos y motivaciones claras a los que deberían conceder la importancia respectiva en cada comunidad, a través de la organización con las normas sociales, los valores y las expectativas de desempeño. De modo que, las comunidades aquí estudiadas, tengan la capacidad de convertir un problema social en una oportunidad económica y el beneficio económico en capacidad productiva, en competencia humana, en trabajos bien remunerados y en bienestar para todos. Así también, usar sus recursos de manera beneficiosa para la sociedad es la obligación de cada comunidad, tanto a través de la participación de los residentes y pequeños emprendedores turísticos como miembros comprometidos de la comunidad, como a través de prácticas éticas generadas en las comunidades para la formación de los individuos.

Las comunidades que realizan turismo comunitario son conscientes de que aún faltan acciones específicas, participativas de responsabilidad social para su desarrollo local y sostenible, concluyendo también que todas las acciones voluntarias son consideradas beneficiosas para la práctica de turismo comunitario, dado que de esta manera se refleja la participación. En el caso de esta investigación, tanto los residentes y pequeños emprendedores llegaron a la conclusión de que para recibir beneficios del turismo depende tanto de sus acciones como la de todos en conjunto.

A partir del análisis de las entrevistas, se pudo percibir también que los residentes deben hacer más por sus comunidades en cuanto a su oferta turística aprovechando los recursos naturales y culturales que están ahí, les pertenecen y merecen ser conocidos con responsabilidad. Así también se requiere de buenas prácticas, en conjunto de todos cuando se encuentren en las comunidades rurales del cantón Santa Elena y lo promociónen adecuadamente.

Por ello, en este grupo es necesario realizar acciones para crear conciencia de las prácticas de responsabilidad social que permitan un desarrollo local y sostenible.

Además de todo lo que se ha citado anteriormente sobre responsabilidad social y turismo comunitario, los residentes y los pequeños emprendedores se tornan actores muy importantes en la presente investigación. La razón yace en que la información, las acciones, las obligaciones, las actitudes, los compromisos que ellos transmitirán a quienes soliciten o requieren de ayuda, todo ello será beneficioso para las comunidades locales. En consecuencia, tendrá un impacto positivo en las prácticas de responsabilidad social percibida desde los sujetos. Finalmente, cuando se habla de las intenciones futuras de la RS en el TC, esas evidencias halladas explican la predisposición de los residentes, pequeños emprendedores a practicar y promocionar las comunidades locales.

Con esta primera etapa de la investigación realizada, resulta evidente la necesidad de estudiar tanto las prácticas de RS como su relación con el TC en los CTC de la provincia de Santa Elena desde una perspectiva más cuantitativa. Por lo tanto, la segunda etapa a desarrollar considerará los siguientes aspectos relativos al diseño de la herramienta que, posteriormente, se utilizará para determinar las actividades de responsabilidad social en el turismo comunitario:

1. Las acciones desempeñadas de RS que se manifiestan a través de los comportamientos de los sujetos en las comunidades.
2. Los objetivos y motivaciones que deben ser evidenciados por los ET de las comunidades locales a través de los valores y relaciones personales con los turistas.
3. Los compromisos comunitarios que se realizan en las comunidades, a través de la participación, manejo de recursos y bienestar local en general de los sujetos cuando realizan turismo en las comunidades.

5. LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Obtener información que sea representativa en su conjunto es el propósito de la investigación cuantitativa. Por lo tanto, la muestra utilizada para recopilar información cuantitativa debe ser representativa de la población estudiada para que los resultados de la investigación puedan extrapolarse a nivel estadístico. Además, considerando un margen de error y confianza (Bigné et al., 2000). Esta etapa de la investigación tiene carácter cuantitativo y se desarrollará a través de un cuestionario diseñado en base a los datos recopilados en la fase cualitativa anterior.

El diseño del cuestionario se ha hecho siguiendo una estructura adecuada en términos de objetivos de las encuestas y sujetos a analizar. La Tabla 35 presenta los datos técnicos sobre cómo se desarrolló la etapa metodológica.

Tabla 35. Ficha técnica de la investigación.

Tipología de la encuesta	Cuestionario administrado
Instrumento de recogida de información	Cuestionario de 13 preguntas con 72 variables
Universo/población	Emprendedores turísticos provincia Santa Elena
Muestra	Emprendedores turísticos que realizan actividades turísticas comunitarias de 4 CTC provincia Santa Elena
Alcance de la muestra	Emprendedores turísticos de los 4 CTC (Valdivia, San Pedro, Dos Mangas y Sacachún)
Tamaño de la muestra	321 cuestionarios completados
Prueba del cuestionario	Pretest realizado en el primer semestre 2019
Periodo de aplicación del cuestionario	Del 01-10-2019 al 01-12-2019

Fuente: Elaboración propia.

Se afina el cuestionario para ser utilizado como método de recolección de datos ya que permite una medición uniforme de los resultados obtenidos debido a la estandarización de las preguntas y, en consecuencia, de las respuestas (Soares, 2015).

5.1 Diseño de la herramienta

La herramienta utilizada en la presente investigación fue el cuestionario presente en el Anexo 5. Está formado por 13 preguntas con la información organizada en tres partes. En la Parte I se recogen las características sociodemográficas, la composición del CTC, las actividades de emprendimiento turístico que realiza en su comunidad en general. En la Parte II se identifican las acciones desempeñadas de RS que realizan dentro de su comunidad. En la Parte III se mide el compromiso comunitario de las comunidades en cuanto a participación en TC.

Para la elaboración del cuestionario se consideró necesario abordar los siguientes aspectos siguiendo las recomendaciones de Soares (2015):

- a. La objetividad de las preguntas. Formuladas de una manera directa para evitar malentendidos.
- b. Los aportes encontrados en la revisión bibliográfica sobre el tema en cuestión y su forma de abordarlo.
- c. Lo que trata la teoría del desarrollo sostenible fundamentada en la ética para el turismo por dos razones importantes: primero las comunidades rurales que se analizaron son CTC reconocidos por MINTUR. Segundo, la naturaleza que caracteriza el análisis del turismo hace que sea más adecuado identificar las dimensiones de la RS en una comunidad local en cuanto a su gestión y organización.

5.2 Disminución de riesgos en la encuesta y tabulación

El cuestionario fue diseñado para que la investigadora lo complete cada vez que se dirige a un encuestado. Con esta metodología lo que se logra es reducir algunos riesgos. Soares (2015) indica que la ventaja de una encuesta así es que sirve como herramienta estándar para obtener una visión general sobre

actitudes, percepciones, prácticas y comportamientos de una colectividad. Esta investigadora además observó que la gente se siente más cómoda con una encuesta que con una entrevista u observación. El no tener que leer y escribir ellos mismos, hace que los entrevistados sean más concretos en sus respuestas, permitiendo, así, una mayor fiabilidad en los datos encontrados.

Se escogió un método clásico para la recogida de la información en la que el encuestador rellena la encuesta en papel en presencia del entrevistado. Se realiza de forma oral, planteando el entrevistador las preguntas y anotando las respuestas. Reduce la espontaneidad del sujeto, pero aumenta la fiabilidad de los resultados, permitiendo compararlos (Torres et al., 2006). Realizadas todas las encuestas, los datos fueron tabulados en el programa SPSS, cuidando las respuestas, lo que hizo posible reducir los posibles errores de tabulación.

5.3 Metodología de investigación del cuestionario y validación

En cuanto a la metodología de aplicación del cuestionario, se decidió aplicar una encuesta administrada para facilitar la respuesta al público objetivo (emprendedores turísticos) en los cuatro CTC de la provincia Santa Elena, que sirvió de enlace entre los entrevistados y la realización de esta investigación. A través de muestreo, se aplicó a una fracción representativa de la población total, determinadas por un análisis previo donde se han analizado pormenorizadamente las cuestiones más importantes que se deben poner de manifiesto en el tipo de turismo estudiado TC. Se trata de un muestreo probabilístico, pues todos los individuos tienen las mismas posibilidades de ser encuestados (Osuna, 2013).

El cuestionario fue probado mediante un “pre test” en dos comunidades rurales del cantón Santa Elena diferentes al estudio. Se contó con la participación de estudiantes de la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico de la

Universidad Estatal Península de Santa Elena durante el periodo académico 2019, asignaturas Ecoturismo y Turismo Comunitario. Eso ayudó a corregir algunas preguntas ajustándolo a un lenguaje más accesible. Así también se encontró que el tiempo que tardaba la aplicación del cuestionario era un promedio de 10 a 12 minutos.

En resumen, el cuestionario definitivo constó de 13 preguntas y 72 variables, distribuidas de la siguiente manera: 2 preguntas sobre cuestiones generales y emprendimientos turísticos que realizan, 4 preguntas sobre acciones socialmente responsables que realizan, obligaciones personales y dimensiones de RS, 3 preguntas sobre la participación en actividades de RS en cuanto a beneficios, objetivos, motivaciones y obstáculos y 4 preguntas sobre turismo comunitario. La estructura es la que se muestra en la tabla 36:

Tabla 36. Estructura del cuestionario.

Aspectos tratados	Nº. de preguntas	Variables
Cuestiones generales y emprendimientos turísticos que realizan	2 (1-2)	2
Acciones desempeñadas y dimensiones de RS	4 (3-6)	37
Beneficios, objetivos, motivaciones y obstáculos de la RS	3 (7-9)	20
Turismo comunitario	4 (10-13)	13
Total	13	72

Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario fue aplicado a 321 personas correspondientes al grupo de pequeños emprendedores de los 4 CTC's en estudio. Debido a la falta de información estadística provincial y de comunidades rurales del cantón Santa Elena, se procedió a tomar en cuenta la misma población de emprendimientos registrada en cada CTC, tal como lo reporta MINTUR (2018). Dicha información se detalla en la Tabla 37 de la presente investigación. También se utilizó la población que el cabildo comunal mencionó en varias entrevistas realizadas sobre el número de emprendimientos turísticos que, en el presente año, han incrementado por la llegada de turistas a los CTC. A continuación, se detalla la muestra de población que se encuestó (Tabla 37):

Tabla 37. Muestra de la población a encuestar.

Comunidades	Pequeños emprendedores (MINTUR 2018)	Pequeños emprendedores (Cabildo comunal 2019)	Total
San Pedro	31	80	111
Dos Mangas	55	45	100
Valdivia	12	88	100
Sacachún	7	3	10
Total	105	215	321

Fuente: Elaboración propia a partir MINTUR (2018) y Cabildo comunal (2019).

5.4 Validación de la herramienta y cambios efectuados en el cuestionario

Realizamos una validación de la herramienta con el propósito de conseguir claridad, precisión y comprensión por parte de los encuestados (Lakatos y Marconi, 2014) además de evitar errores mencionados anteriormente. En esta etapa participaron un total de 10 pequeños emprendedores en cada comunidad aplicada (comuna Ayangue y Olón), distintas a las estudiadas en la presente investigación.

Además de algún error de lengua identificado y corregido al momento de la aplicación del cuestionario, las preguntas fueron ajustadas a un lenguaje más sencillo y claro, dirigido específicamente al grupo de pequeños emprendedores de los 4 CTC's. Se reconocieron también las fallas que podrían generar dudas al momento en que los pequeños emprendedores escuchasen la pregunta, de modo que fue necesario realizar dichos cambios para garantizar que el tiempo de aplicación del instrumento tenía un tiempo aproximado de 10 a 12 minutos por encuestas. Por lo tanto, para evitar una mala comprensión y complementar a la investigación las preguntas fueron modificadas y presentadas de la siguiente forma:

Pregunta 3. En esta pregunta se solicitaba seleccionar la siguiente lista de actividades con sus obligaciones personales que realiza en su emprendimiento, marcar con qué frecuencia realiza considerando que 1 significa nunca, 2 rara vez, 3 ocasionalmente, 4 frecuentemente y 5 muy frecuente. Como la pregunta

no quedaba del todo comprensible se simplificó de la siguiente forma. ¿Qué obligaciones personales realiza en su emprendimiento? Donde 1 significa nunca, 2 rara vez, 3 ocasionalmente, 4 frecuentemente y 5 muy frecuente.

Pregunta 4. En esta pregunta todos los ítems que iban a ser validados eran presentados con distintos términos como: pequeños residentes, pequeños emprendedores, emprendedores locales, por lo que causaba confusión de pertenencia. Luego de aplicar el cuestionario a 10 entrevistados se tomó la decisión de adecuar un término universal para su mejor comprensión, refiriéndose, así como pequeños emprendedores en los ítems correspondientes a esa modificación.

Pregunta 8, 10 y 11. En estas preguntas todos los ítems utilizaban dos adjetivos opuestos que el entrevistado elegía la opción que mejor representase su opinión. Hubo la necesidad de simplificar las preguntas para aclarar que se estaba preguntando sobre un adjetivo en concreto de acuerdo a la escala (considere que cuanto más cerca de 1 significa totalmente débil; a medida que se aproxima a 5 será un CTC totalmente desarrollado).

5.5 Recogida de datos

Para la recogida de datos se buscó el apoyo de los presidentes de las comunidades de cada CTC, que estaban en funciones durante dos años consecutivos y tenían relación directa con los pequeños emprendedores desde su certificación, así mismo se solicitó la ayuda de los líderes de las comunidades por conocer mejor el contexto y la realidad en las 4 comunidades estudiadas.

En todo momento se intentó que la entrevista a los pequeños emprendedores no fuese tediosa ni demorada, ya que se cuidó la empatía de la investigadora con los entrevistados para que respondieran al cuestionario de

manera precisa. Por tanto, la forma de tratamiento aconteció siguiendo un procedimiento:

1. Contacto directo de la investigadora con los emprendedores que fueron considerados en la etapa inicial del trabajo de campo.
2. Se realizó un mapeo de los sitios específicos donde se encontraban los pequeños emprendedores en los 4 CTC's para que en el momento de aplicar el instrumento se considerase a todos los emprendimientos generados, considerados en esta investigación.
3. La primera forma de contacto con los pequeños emprendedores fue con autorización del presidente de la comuna de cada CTC, a través de oficios generados explicando la importancia de entrevistar a los emprendedores de forma directa en fechas específicas y horarios, tratando en lo posible de no perturbar su cotidianidad.
4. También, con el fin de aumentar la tasa de respuesta del trabajo, se solicitó ayuda a los líderes de los grupos de emprendedores en cada CTC, quienes colaboraron con la identificación más precisa para poder entrevistar. De la misma forma y con el mismo objetivo, también se pidió colaboración a los miembros de cada directiva (vicepresidente, tesorero/a, secretario/a y síndico) para que acompañaran a la toma de entrevistas y confirmaran su ejecución.

Lograda la recogida de datos, estos fueron tabulados y analizados utilizándose como base el marco teórico referencial y los objetivos de la investigación.

5.6 Escala de medida y variables utilizadas

Para decidir cuál sería la mejor escala para utilizar en la herramienta de medida de esta investigación, se recurrió a la revisión bibliográfica para encontrar los factores que ayudarían a adoptar actitudes socialmente

responsables en la actividad turística (González et al., 2007). En la utilización de métodos estructurados se necesitan escalas para que una persona valide un conjunto de preguntas predeterminadas y para que caracterice sus acciones.

Se identificó que las escalas que más aparecen referidas en estudios de turismo y responsabilidad social son las representadas en la Tabla 39. La escala de tipo Likert es la más presente en investigaciones de ciencias sociales y empresariales que buscan provocar opiniones y actitudes sobre un determinado tema (Ryan y Garland, 1999). Este tipo de escala está organizada de tal manera que los entrevistados respondan cual es el grado de concordancia/discordancia con una pregunta presentada (Likert, 1932). Como se puede verificar en la Tabla 38, es una escala muy recurrente en los estudios de RS y turismo.

Tabla 38. Escalas comúnmente utilizadas sobre RS y turismo.

Escalas	Variables	Autores
Diferencial semántico	Actitudes	Hunt (1975); Crompton (1979); Baloglu e McCleary (1999); Royo-Vela (2006)
Likert 5 puntos	Motivaciones y obstáculos	Kasim (2007); Kussyk y Lozano (2007); Tzschentke, Kirk y Lynch (2008); Sampaio, Thomas y Font (2012)
Likert 7 puntos	Dimensiones de RS	Observatorio ERSE (2010); Forum Empresa (2011); Garay y Font, (2012); Ayuso (2006); Bohdanowicz (2006); Kasim (2007); Holcomb, Upchurch y Okumus (2007); Inoue y Lee (2011)
	Acciones de RS	Vives, Corral e Isusi (2005); Corral, et al. (2007); El Dief y Font (2010); Hooghiemstra (2000)
Check list de atributos	Atributos	Phelps (1986)

Fuente: Elaboración propia.

Las escalas de tipo Likert representan un continuo bipolar donde, normalmente, los encuestados responden entre 3, 5 y 7 puntos de Likert. Normalmente hay un punto central encontrado justo en el valor medio de los extremos (totalmente de acuerdo o totalmente en desacuerdo). La variabilidad de puntuaciones que resultan de la escala de tipo Likert es una ventaja de este tipo de escala.

Después del análisis de los estudios se encontraron en materia de RSE con escala de Likert de 7 puntos, una tendencia de actuación reactiva, filantrópica, orientadas en cumplir la ley y en algunos casos llevando a cabo actividades voluntarias por encima del cumplimiento legal, pero sin carácter

estratégico alguno. Es interesante comentar que estas conclusiones coinciden, generalmente, con los principales estudios encontrados en la materia desde el ámbito mundial (Alwyn y Kiyoteru, 2012), desde América Latina (Pratt y Fintel, 2002; Chong et al., 2003, Peinado, 2006; Casado y Roser, 2009) o desde el sector turístico en general (Tepelus, 2008).

El uso de la escala de Likert de 5 puntos aplicada en el sector turístico en general se encuentra en la literatura relacionada con el tema motivación y obstáculos percibidos por los directivos, y se evidencia en los trabajos de investigación de Roadmap (2010) y Sheldon y Park (2011) encontrando dos tipos de relaciones entre las motivaciones/obstáculos y el nivel de implementación de prácticas de RS. Para el primer caso, las motivaciones pueden generar un nivel mayor de aplicación de actividades de RS por parte de los directivos/as y para el segundo, los obstáculos pueden incidir en un nivel menor de implementación de actividades de RS.

El otro tipo de escala encontrado en la revisión de la literatura más común es la de diferencial semántico. Según Pereira (1986) esta técnica se utiliza para medir la percepción afectiva del individuo frente al turismo comunitario. De esta manera, después de una evaluación de todos los datos y de acuerdo a los objetivos propuestos, se optó por la utilización de una escala tipo Likert de 5 puntos (Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni en desacuerdo ni de acuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo). Estas etiquetas irán acompañadas de números (1-2-3-4-5, respectivamente) para proporcionar una mejor visualización de equidistancia de términos.

A continuación, se presentan las tablas donde se realiza una codificación de las variables de la investigación. Todas ellas fueron definidas a partir de la relación entre revisión teórica y los resultados de la entrevista cualitativa realizada en la primera etapa. Así, la Tabla 39 presenta las variables definidas

para la medida de las razones para emprender que tienen los pequeños emprendedores en los 4 CTC's.

Tabla 39. Razones para emprender que tienen los ET.

Codificación	Variables
PDE01	La comunidad tiene recursos naturales y culturales que deben ser aprovechados.
PDE02	Los turistas solicitan servicios turísticos cuando nos visitan.
PDE03	Porque no tengo un empleo fijo.
PDE04	Porque he recibido capacitaciones en emprendimiento turístico.
PDE05	Porque llegan más turistas.

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 40 presenta las variables definidas para la medida de las acciones voluntarias de RS que realizan los pequeños emprendedores en los 4 CTC's.

Tabla 40. Acciones voluntarias que realizan los ET.

Codificación	Variables
AV01	Solicito información a las autoridades locales sobre líneas y facilidades de crédito económico para emprendimientos.
AV02	Respeto la organización, cultura y tradición de la comunidad.
AV03	Colaboro en el orden y cuidado ambiental de la comunidad.
AV04	Respeto los horarios de atención al público y las actividades permitidas que se pueden realizar.
AV05	Cumplo con permisos legales para poner en marcha mi emprendimiento.
AV06	Adquiero y consumo productos de la localidad con el propósito de apoyar el desarrollo local.

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 41 se presentan las obligaciones personales que realizan los emprendedores turísticos.

Tabla 41. Obligaciones personales que realizan los ET.

Codificación	Variables
OP01	Me incluyo en la toma de decisiones y participación local en procesos/ iniciativas relacionadas con el desarrollo turístico, la planificación, la comercialización, etc.
OP02	Busco acceso a buena salud, educación, empleo, salario justo.
OP03	Realizo interacciones turísticas que implica el respeto mutuo, el reconocimiento y hospitalidad.
OP04	Facilito el respeto propio, la seguridad, la felicidad.
OP05	Las ganancias adquiridas son distribuidas para el desarrollo de capacidades que contribuyen a la calidad de vida y el bienestar.
OP06	Recomiendo actividades turísticas que pueden realizar los turistas.

Fuente: Elaboración propia.

Para medir las dimensiones de RS decidimos separar los indicadores de tal manera que se pudiese preguntar sobre las dimensiones económicas, legales, éticas y filantrópicas que realizan los pequeños emprendedores turísticos en sus comunidades locales. A continuación, la Tabla 42.

Tabla 42. Responsabilidades económicas desempeñadas por los ET.

Codificación	Variables
REL01	He sido representante o líder antes.
REL02	Es más fácil con una planificación mensual.
REL03	Identifico y busco aliarme a asociaciones en redes.
REL04	Las buenas prácticas son reconocidas en el CTC.
REL05	Se asegura que los pequeños residentes den mayor uso a los bienes locales, productos y servicios.

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 43 se presentan las dimensiones legales de RS que realizan los emprendedores turísticos.

Tabla 43: Responsabilidades legales desempeñadas por los ET.

Codificación	Variables
REL06	Se asegura que la gente local reciba una parte justa de beneficios económicos del turista.
REL07	Los emprendedores contribuyen al respeto por las culturas locales y el trato de la población local por igual.
REL08	Las gestiones entre líderes de grupos son cotidianas.
REL09	La limpieza y el orden del CTC es tarea de todas las personas.
REL10	Las acciones de los pequeños emprendedores en el CTC son reconocidas.

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 44 se presentan las dimensiones éticas de RS que realizan los emprendedores turísticos.

Tabla 44: Responsabilidades éticas desempeñadas por los ET.

Codificación	Variables
REL11	Conozco las necesidades, expectativas y satisfacción de los clientes.
REL12	Los clientes reciben información completa, transparente y honesta de la oferta comercial.
REL13	Los clientes conocen sobre la producción y servicios locales que tienen los CTC.
REL14	Los servicios en los CTC son de buena calidad a precios competitivos relación calidad-precio.
REL15	Los servicios y actividades turísticas son organizados.

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 45 se presentan las dimensiones filantrópicas de RS que realizan los emprendedores turísticos.

Tabla 45: Responsabilidades filantrópicas desempeñadas por los ET.

Codificación	Variables
REL16	Se preserva el medio ambiente local y sostenible.
REL17	Los pequeños emprendimientos son muestra de igualdad de oportunidades de trabajo para hombres y mujeres de la comunidad.
REL18	Los valores, cultura, el patrimonio de las comunidades locales, son transmitidos por los residentes de los CTC's.
REL19	Se da el uso adecuado a los recursos naturales locales.
REL20	Los pequeños emprendimientos son muestra de mejores condiciones de vida para la comunidad.

Fuente: Elaboración propia.

Las últimas ocho variables medidas en escala de tipo Likert están relacionadas con la medida de prácticas de turismo comunitario de los emprendedores (Tabla 46).

Tabla 46. Prácticas de TC de los emprendedores.

Codificación	Variables
CT01	Actividad turística solidaria
CT02	Participación activa de la comunidad
CT03	Manejo adecuado del patrimonio natural y cultural
CT04	Valoración del patrimonio natural y cultural
CT05	Principio de igualdad de género
CT06	Distribución de beneficios locales
CT07	¿Piensa usted que su comunidad ha logrado con el trabajo comunitario un bienestar local?
CT08	¿Recomendaría usted que en las comunidades rurales de la provincia de Santa Elena se generen emprendimientos de turismo comunitario?

Fuente: Elaboración propia.

Las variables no paramétricas utilizadas en la investigación tienen relación con la caracterización de la muestra (Q1, Q2, Q3 y Q4) y sus aspectos no podían ser medidos de forma escalar, son las características sociodemográficas y emprendimientos turísticos de la población. (Tabla 47)

Tabla 47. Variables de caracterización de la muestra.

Codificación	Variables	Relación
Q1	Nombres de CTC	Caracterización de la muestra
Q2	Edad	
Q3	Género	
Q4	Emprendimiento turístico	

Fuente: Elaboración propia.

5.7 Pasos para los análisis realizados

A partir de este apartado presentaremos, el paso a paso para medir y analizar las relaciones de las hipótesis en la presente tesis, a través de un análisis descriptivo utilizando el Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM), a partir del método PLS-SEM.

Primeramente, se realizó un análisis descriptivo de los datos con una evaluación de su distribución a partir de las medidas de tendencia central: media y desviación típica, también las medidas de asimetría y curtosis para probar la normalidad de la distribución. Después de esta fase se partió para un análisis multivariado con modelos de medida, modelo estructural y de la evaluación global del modelo.

Se utilizó el Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM) de mínimos cuadrados parciales basado en la varianza. Esta técnica pertenece a la cartera común de métodos de análisis multivariante (Hair et al., 2018). Las principales ventajas de las SEM es que el sesgo se reduce, ya que el procedimiento de arranque no hace suposiciones sobre la naturaleza de la distribución de los constructos o la distribución muestral de las estadísticas y todas las interacciones mediadas se examinan al mismo tiempo en lugar de hacerlo individualmente (Hair et al., 2014). El algoritmo PLS se ha aplicado cada vez más a estudios de turismo (Han et al., 2018)

Las SEM son un conjunto de procedimientos de técnicas estadísticas que posibilitan que las relaciones de dependencia sean analizadas simultáneamente (Hair et al., 2005). Los modelos se enfocan a la predicción y la psicometría modeladora de las variables no observadas (latentes), inferidas por las medias observadas (indicadores, ítem) lo que permite que sea representada de forma gráfica. Para la estimación del modelo se ha utilizado el método PLS-SEM (Hair et al., 2017) y PLSpredict (Shmueli et al., 2016), utilizando para los

cálculos el software SmartPLS 3 (Ringle et. al., 2015). PLS-SEM es un enfoque de análisis multivariante que se utiliza para estimar modelos con variables latentes, siendo una técnica recomendada en la predicción de un constructo objetivo (Roldán y Sánchez-Franco, 2012; Hair et al., 2016; Jiménez-Cortés, 2019). Tal como lo menciona Sánchez-Infante (2017), habitualmente, este tipo de diagramas se basan en convenciones de forma que su visualización resulte lo más sencilla posible. El punto de partida de cualquier análisis SEM es la representación gráfica del modelo en el cual han de constar 6 elementos, tal como se evidencia en la Tabla 48.

Tabla 48. Características básicas para análisis con SEM.

Elementos	Características
Constructo teórico	Son variables que no pueden ser medidas experimentalmente
Constructos exógenos	Son variables que no es posible explicar su variabilidad a través del modelo
Constructos endógenos	Son variables que pueden ser explicadas por medio del modelo
Indicadores ítem	Son los valores observados que se utilizan como una medida (las variables del estudio)
Indicadores reflexivos (efectos)	Son manifestaciones de la variable latente
Indicadores formativos (causales)	Son variables que dan lugar a la variable latente

Fuente: Elaboración propia a partir de Cepeda y Roldán (2006).

En cuanto a la determinación del carácter formativo o reflexivo de los constructos, este es un tema que debe ser tratado, ya que una especificación no adecuada supone importantes problemas (Diamantopoulos, 1999; Mackenzie et al., 2005). El proceso de validación es complejo y, por ello, algunos investigadores proponen criterios que pueden simplificar esta decisión. Revisando a Jarvis et al. (2003) y Fassot (2006), la decisión de modelizar un constructo reflexivo o formativo, aun considerando que con estas características no siempre pueden obtenerse resultados positivos (Lenher y Haas, 2010), debe basarse en 4 criterios:

1. Cómo está establecida la dirección de causalidad entre el constructo y los indicadores.
2. Si los indicadores son intercambiables o no.

3. Si la covarianza entre los indicadores es variable o no.
4. En base a la red nomológica¹⁹ de los indicadores que componen cada constructo.

De acuerdo con Chin (1998a), para determinar ante qué tipo de indicadores nos enfrentamos es preciso plantearse la siguiente cuestión: “Asumiendo que todas las medidas de un constructo están codificadas en la misma dirección, nos podemos preguntar ¿el incremento de uno de los indicadores en una dirección implica que el resto debe cambiar de forma similar? Si la respuesta es afirmativa, nos encontramos con indicadores reflexivos. Si la respuesta es negativa, nos enfrentamos a indicadores formativos”.

Un aspecto adicional que se debe tener en cuenta en la construcción de los modelos es la conceptualización de constructos uni o multidimensionales. Si las características no describen aspectos únicos susceptibles de formar subdimensiones o que la eliminación de cualquiera de los subdimensiones no restringe el dominio conceptual del constructo, estaríamos frente a un constructo unidimensional. En contraste, si las características describen aspectos relativamente únicos del constructo y la eliminación de cualquier subdimensión limitase el dominio conceptual del constructo, estaríamos frente a un constructo multidimensional (Mackenzie et al., 2011).

La presente investigación se ajusta al caso que recoge Law et al. (1998), en el que se debe tener presente que un constructo es multidimensional cuando se refiere a un conjunto de dimensiones distintas pero relacionadas entre sí, que deben ser tratadas como un único concepto teórico. Lo que se denominan constructos de segundo orden, que son los que contienen dos niveles de variables latentes (Soares, Carvalho y Santos, 2019). Según Sánchez-Infante (2017), este tipo de constructos (de segundo orden o multidimensional) ha

¹⁹ Es un entramado de criterios o normas lógicas que rigen los usos de los términos incluidos en un mismo campo semántico, distinguiéndolos.

generado un amplio debate sobre su utilidad. Sus defensores señalan que constituye una representación holística de una realidad sumamente compleja, y que su modelización incrementa la varianza explicada del modelo propuesto.

La distinción entre modelos reflexivos y formativos es válida y generalizable para los modelos de segundo orden como lo menciona (Sánchez-Infante, 2017), en estos casos resulta necesario especificar las relaciones entre los indicadores y las dimensiones de primer orden y entre las dimensiones de primer orden, y entre las dimensiones de primer orden y la variable de segundo orden. Medir un modelo con una especificación errónea puede crear un error de medición, que a su vez afectará al modelo estructural posterior (Jarvis et al., 2003; Mackenzie, et al., 2005).

En la presente investigación se adapta el modelo de constructo latente común, con relaciones formativas entre los indicadores y variables latentes de primer orden, y relaciones reflexivas entre los constructos de primer y segundo orden. A continuación, se presenta el análisis del modelo propuesto utilizando la técnica PLS-SEM. Este análisis desarrolla evaluaciones del modelo de medida (Outer model) y del modelo estructural (Inner model) de forma conjunta (Hair et al., 2017). Sin embargo, han de ser analizadas en dos fases diferenciadas, pues así se asegura que se han obtenido medidas válidas y fiables de los indicadores y constructos, antes de llegar a conclusiones sobre las relaciones entre ellos (Barclay et al., 1995). Hay que tener en cuenta que la evaluación del modelo depende de si los constructos utilizan indicadores reflexivos o formativos (Hair et al., 2015).

Para estimar modelos estructurales con constructos de segundo orden hay que seguir algunos pasos propuestos por Wright et al. (2012) y aplicados en el trabajo de Sánchez-Infante (2017). Calcular el modelo de medida de primer orden, estimando las puntuaciones agregadas de las dimensiones de primer orden.

1. Crear una base de datos para las puntuaciones agregadas de las variables latentes o scores estimados en el paso anterior.
2. Crear un modelo de segundo orden con relaciones formativas y/o reflexivas.
3. Calcular el modelo de medida de segundo orden completo.
4. Evaluar el modelo estructural de segundo orden completo.

Dicho eso, en el proximo paso se hará el análisis del modelo de medición, que es donde se evalúa la confiabilidad y validez de los instrumentos de medición. Por ello, primero se presenta el (outer model), seguido del (inner model). En el outer model se describe cada variable latente que es explicada por medio de las variables manifiestas; y con el inner model lo que se busca es evaluar la relevancia y magnitud de las relaciones planteadas entre las distintas variables latentes.

5.7.1 Análisis del Modelo de Medición (outer model)

Se utilizó esta técnica estadística para analizar las cargas factoriales de las variables observables (indicadores) con relación a sus correspondientes variables latentes (constructo). Se realizó por tanto el modelo de medición para evaluar la confiabilidad y validez de los instrumentos de medición. Aunque el tipo de variable latente o modelo de medida está determinado por el investigador/a, Henseler (2017) indica que la selección debería basarse en la naturaleza del constructo, y de esta forma se pueden identificar constructos conductuales y constructos de diseño, tal como señalan los trabajos de Rigdon et al. (2017) y Henseler (2017). Para la aplicación de esta técnica estadística se utilizó el programa estadístico SPSS 22 y para el desarrollo del modelo estructural el SmartPLS 3 (Ringle et al., 2015), que originó los factores que serán presentados más adelante.

El modelo de medida describe como cada variable latente es explicada por medio de las variables manifiestas o ítems. Para evaluar la consistencia de los constructos y sus determinados ítems, éstos deben cumplir condiciones mínimas de validez y fiabilidad tales como: alfa de Cronbach, Fiabilidad compuesta y Varianza Extraída Media (Hair et al., 2017). (Tabla 49).

Tabla 49. Medidas mínimas para el modelo de medición.

Medida	Valores mínimos esperados
Medida de adecuación de la muestra (MSA)	> 0,80 es admirable
	> 0,70 mediano
	> 0,60 mediocre
	> 0,50 malo
	< 0,50 inaceptable
Alfa de Crombach	0,60 para investigación exploratoria
Fiabilidad compuesta (FC)	> 070
Varianza Extraída Media (AVE)	> 0,5

Fuente: Elaboración propia a partir de (Hair et al., 2017).

Luego del análisis de estas medidas, se realizó el mencionado análisis del modelo de medida de factor principal o de constructo latente común (Sánchez-Infante, 2017), donde las relaciones reflexivas se determinan a través de las cargas factoriales (Borsboom et al., 2003; Podsakoff et al., 2006; Bollen, 2007). El incremento de un indicador iría acompañado del incremento del otro indicador (Chin y Newsted, 1999) y durante el proceso de purificación de la escala, los ítems de menor carga serían eliminados (Gefen, Straub y Boudreau, 2000).

Una vez analizadas las cargas factoriales de las variables observables con relación a sus correspondientes variables latentes, se realizó el modelo de medición evaluando la confiabilidad y validez de los instrumentos de medición), donde las relaciones reflexivas se determinaron a través de las cargas factoriales y los ítems de menor carga fueron eliminados.

5.7.2 Análisis del Modelo Estructural (inner model)

El análisis del modelo estructural evalúa la relevancia y magnitud de las relaciones planteadas entre las distintas variables latentes. Para ello, en el análisis estructural interno se describe la relación entre variables no observables y se analiza el impacto de estas relaciones de forma directa e indirecta sobre los constructos latentes. Evalúa el peso y la magnitud de las relaciones entre las distintas variables y valora las relaciones de causalidad, representantes de las hipótesis entre el conjunto de constructos dependientes e independientes (Cepeda y Roldán, 2016).

Para alcanzar el objetivo de esta investigación se utilizó la técnica MCP (mínimos cuadrados parciales) o PLS (partial least square), método basado en las varianzas propuesta por Chin (1998b). Es una herramienta de segunda generación para análisis multivariante adecuada para estimar parámetros en modelos complejos. En general, se trata de una técnica de análisis predictivo capaz de manejar múltiples variables independientes, incluso cuando los predictores presentan multicolinealidad (Garson, 2016). Además, las pruebas de mediación a través de PLS-SEM podrían ser logradas con tamaños de muestra más pequeñas, mientras se logran niveles más altos de poder estadístico (Hair et al., 2017).

Los constructos que forman parte del modelo estructural se diseñan siguiendo un modelo de medida formativo. El modelo estructural es complejo y los datos no se atienen a una distribución de normalidad (Roldán y Sánchez-Franco, 2012; Hair et al., 2016; Jiménez-Cortés, 2019). Así, se debe evaluar el modelo de acuerdo al carácter formativo y realizando un análisis de multicolinealidad y un análisis de los pesos para analizar la capacidad predictiva del modelo y las relaciones entre los constructos. Para ello se realizan los siguientes análisis: a) evaluación de la colinealidad (VIF); b) coeficientes path del modelo estructural; c) coeficiente de determinación (R^2); d) tamaño del

efecto (f^2); e) relevancia predictiva (Q^2); f) tamaño del efecto (q^2), y g) análisis del poder predictivo mediante PLSpredict (Shmueli et al., 2016; 2019). (Tabla 50).

Tabla 50. Referencias para calidad de ajuste.

Medida	Valores	Autores
Correlaciones simples (λ)	$\geq 0,70$	Hairt et al. (2014)
Comunalidades (λ^2)	$\geq 0,50$	Bollen, 1898)
Alfa de Crombach (α)	entre 0 y 1	Kline (2005)
Índice de Fiabilidad (IFC)	0,60 y 0,70 en investigaciones exploratorias	Tenenhaus (2005)
Índice Dijksha-Henselers (Pa) ($\rho_{\text{ho_A}}$)	0,7	Dijkstra y Henseler (2015a, b)
Varianza Extraída Media (AVE)	$> 0,5$	Hairt et al. (2014)
Ratio Hetdrotrait-Monotrait (HTMT)	0,9	Henseler, Ringle y Starstedt (2016)
Validez externa (Path)	$\geq 0,80$	Bollen (2011)
Validez discriminante	$< 0,70$	Urbach y Ahlmann (2010)
Factor de inflación de la varianza (FIV)	entre 0 y 1	Liehr-Gobbers (2010)
Índice de condición (IC)	5 y 10	Belsley (1991)
Proporción de descomposición de la varianza (PDV)	no debe ser superior a 0,5	Belsley (1991)

Fuente: Elaboración propia.

Por último, se debe considerar que la valoración de los pesos en los indicadores formativos permite comprender la composición de cada variable latente, donde según aumente el número de indicadores disminuye el valor medio de los pesos, teniendo más posibilidad de encontrarnos con pesos no significativos (Roldán y Cepeda, 2014). Y para la significación de los pesos, utilizando la técnica Bootstrap, se analiza la precisión y estabilidad de las estimaciones. Analizados los pesos, es posible que en algún constructo existan indicadores que no son estadísticamente significativos para un peso de 0,05. Estos resultados sugieren la eliminación de los indicadores en el modelo. No obstante, Chin (1998) recomienda mantenerlos, ya que la eliminación implica la pérdida de información útil y necesaria para la definición de los constructos.

Una vez realizada esta etapa donde se evaluó la relevancia y magnitud de las relaciones planteadas entre las distintas variables latentes, Se concluye que el análisis estructural interno describe la relación entre variables no observables y analizó el impacto de estas relaciones de forma directa e indirecta sobre los

constructos latentes. Evaluando el peso y la magnitud de las relaciones entre las distintas variables, valorando las relaciones de causalidad.

A partir de la próxima etapa, se crea el diseño del modelo propuesto para el análisis de las hipótesis. Por ello, se han realizado pasos previos para por fin llegar al modelo estadístico que estudia las relaciones entre el Turismo Comunitario y la Responsabilidad Social.

5.7.3 Modelo Global

El modelo global de un estudio con SEM, según Henseler (2018) “solo es aplicable para estudios confirmatorios”. Henseler et al. (2016) introducen el ajuste del modelo global como punto de partida para la evaluación del modelo en PLS-SEM. La evaluación del ajuste del modelo global se puede calcular de dos maneras: índices de ajuste y estadísticas inferenciales (Henseler et al., 2016; Dijkstra y Henseler, 2015; Henseler, 2017). El primero se obtiene directamente del algoritmo PLS-SEM y es una medida aproximada de ajuste. El segundo es una medida exacta de ajuste resultante de un procedimiento de arranque (Henseler et al., 2016).

Es una medida absoluta de ajuste, medida sesgada positivamente, por este motivo, un valor cero indica un ajuste perfecto, pero valores inferiores a 0,08 se consideran como buen ajuste según Hair et al. (2017). En la actualidad, el único criterio de ajuste del modelo global es la normalización de raíz cuadrada media residual (SRMR) (Hu y Bentler, 1998, 1999). Se considera un modelo con un adecuado ajuste cuando los valores son menores a 0,08. Por lo tanto, un valor de 0 para SRMR indicaría un ajuste perfecto y, en general, un valor SRMR inferior a 0,05 indica un ajuste aceptable (Byrne, 2008).

Un reciente estudio de simulación muestra que un modelo correcto especificado implica valores SRMR superiores a 0,06 (Henseler et al., 2017).

Recientemente, Albort-Morant, et al. (2018) consideraron que en la técnica PLS-SEM, primero se debe hacer la evaluación del ajuste del modelo global mediante: “(i) the standardized root mean squared residual (SRMR); (ii) the unweighted least squares discrepancy (dULS); and (iii) the geodesic discrepancy (dG)”. Posteriormente, realizar la evaluación del modelo de medida, y el modelo estructural.

(i) Criterio de ajuste aproximado: la raíz cuadrada media estandarizada residual (SRMR). Cuanto menor sea el SRMR²⁰, mejor se ajustará el modelo. El ajuste perfecto se obtiene cuando SRMR es cero. Se acepta un valor SRMR de 0,08 o inferior. Un valor significativamente mayor que 0.08 sugiere la ausencia de ajuste²¹.

(ii) Criterio de ajuste exacto: a discrepancia de mínimos cuadrados no ponderados (dULS)²² cuanto más baja d, mejor ajuste del modelo.

(iii) Criterio de ajuste exacto: la discrepancia geodésica a menor (dULSG), mejor ajuste del modelo (dG)²³.

Con esta metodología estadística se prueban las hipótesis teóricas a través de constructos (variables latentes) medidos a partir de indicadores observables (Sánchez-Infante, 2017). En esta investigación se trabajó con constructos de segunda orden con el fin de procurar una mejor comprensión de las relaciones con más parsimonia, dado que, y siguiendo la teoría conforme sugieren Hair et al. (2019), menos constructos pueden ser mejor visualizados. La propuesta inicial está especificada en la Figura 2 que aparece a continuación.

En concreto, los constructos de segundo orden fueron los relacionados con acciones desempeñadas de RS y con prácticas de turismo comunitario, relacionadas con tres y ocho constructos respectivamente. Debido a

²⁰ Hu y Bentler (1998 y 1999) para más información sobre SRMR.

²¹ Henseler et al. (2014) para más información sobre los valores aceptables de SRMR.

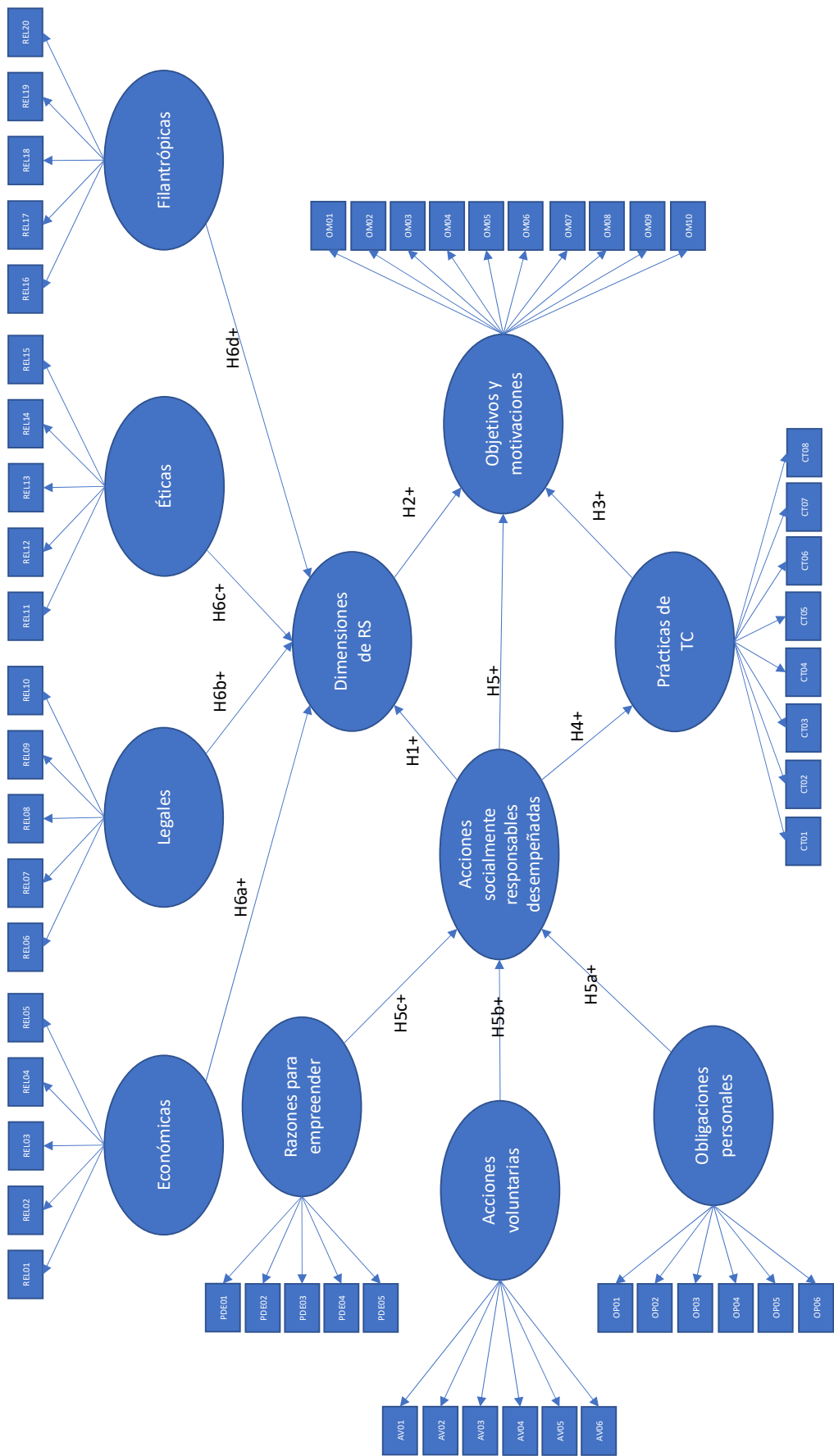
²² Dijkstra y Henseler (2015b) para obtener más información sobre (dULS).

²³ Dijkstra y Henseler (2015b) para obtener más información sobre (dG).

limitaciones de software, y buscando más parsimonia en el modelo, los factores que son parte responsabilidad social y experiencias de turismo comunitario fueron transformados en variables agregadas. Cada factor fue sustituido por la media aritmética de las variables observables que lo conforman, respetando las relaciones anteriores entre los cuatro constructos que delimitan el modelo final propuesto y que está representado en la figura 2. (Hairt et al., 2017) afirman que esa utilización contribuye para que un modelo sea más parsimonioso en cuanto al desarrollo de la teoría. Adicionalmente, los autores resaltan que la justificación para la utilización de constructos de segunda orden debe estar establecido en la teoría, con lo que volvemos a confirmar que se respetó esa característica, ya que la responsabilidad social se forma a partir de las acciones que influyen en los objetivos y motivaciones; y las prácticas de turismo comunitario está filtrada por la valoración de las acciones que realizan de carácter voluntario y personales.

Finalmente, y según los análisis estadísticos realizados, el modelo relacional de constructos que representa la relación entre el TC y la RS es el que sigue. En este modelo global se encuentran presentes aspectos intrínsecos de la RS (razones para emprender, acciones voluntarias y obligaciones personales que tienen los emprendedores turísticos) y del TC (objetivos, motivaciones y prácticas de turismo comunitario que tienen los emprendedores turísticos). como se puede verificar en la figura 2 que sigue, las relaciones existentes entre los constructos caracterizan la estrecha relación entre estos dos conceptos teóricos estudiados en la presente tesis. En el próximo capítulo se presentan y discuten los resultados del estudio á raíz, de los análisis estadísticos realizados.

Figura 2. Modelo relacional de constructos.



Fuente: Elaboración propia.

6. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En este apartado se presentan los análisis de resultados de los datos encontrados, primeramente, el perfil de los entrevistados. En el segundo epígrafe se presenta un análisis descriptivo de los datos recogidos. En el tercer apartado se presenta el resultado del análisis del modelo de medida y en el cuarto apartado los resultados del modelo estructural. En la quinta y última sesión se presentan los análisis del modelo global. Cabe destacar que se aceptaron como válidos todos los 321 cuestionarios respondidos.

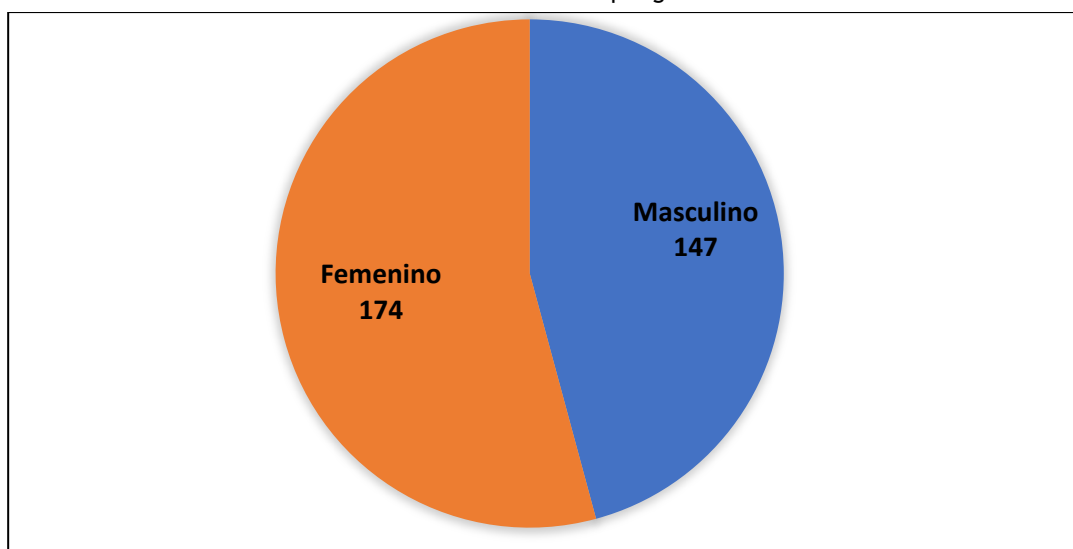
6.1 Perfil de los emprendedores turísticos de los CTC's en la muestra del estudio

El primer resultado que se presenta es con relación al género de los respondientes (Gráfico 9). El 54% del grupo de entrevistados son mujeres (174). Además, se observó la evolución por género de los cuatro CTC's que han iniciado emprendimientos turísticos, de modo que se concluye que siempre existe un mayor número de mujeres que de hombres. Nuestros resultados coinciden con los de León (2018), quien menciona que la provincia de Santa Elena posee en la actualidad algunas asociaciones y organizaciones de mujeres, de las cuales un significativo porcentaje realizan actividad empresarial, que fomentan la equidad de género y la participación de las mujeres peninsulares en espacios de mayor decisión y de trabajo en beneficio de sus comunidades. Ellas trabajan en áreas de desarrollo infantil, gestión social, emprendimiento, misiones cristianas, defensa del medio ambiente, entre otros.

De manera particular, es importante expresar que en los años anteriores se ejerció un fortalecimiento de estas organizaciones de mujeres de manera que

se formalizó (constitución legal del emprendimiento y vida jurídica del negocio) a estas asociaciones y microempresas de mujeres. Pero, en la actualidad, ha sido poco el apoyo de las instituciones. Existen 28 Organizaciones de Mujeres del Cantón Santa Elena (Registro Social) en la Oficina de la Mujer y la Familia (León, 2018).

Gráfico 9. Distribución por género.



Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

A continuación, en la tabla 51 se detallan las edades de los emprendedores de los cuatro CTC's en la provincia de Santa Elena.

Tabla 51. Franja de edades de emprendedores turísticos en 4 CTC.

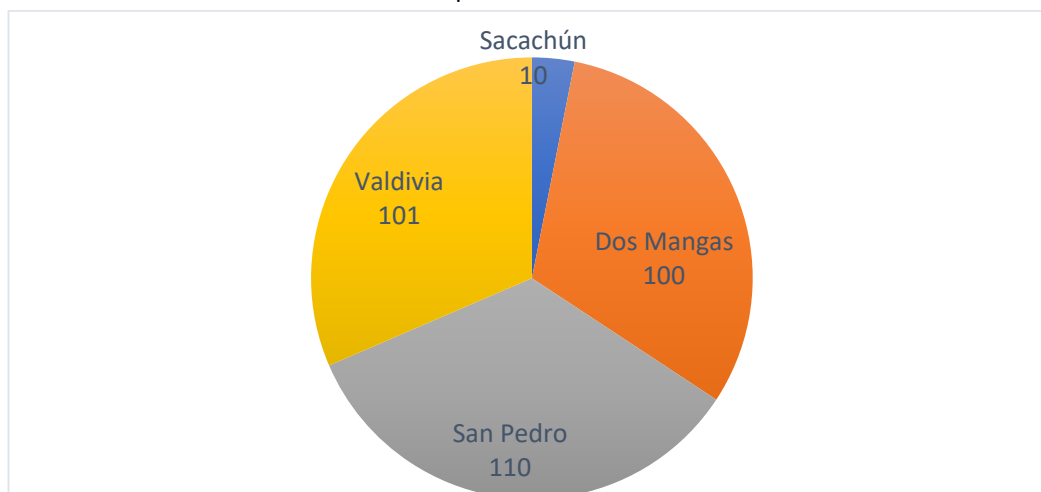
Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 35 años	74	23%
36 a 50 años	148	46%
51 a 64 años	67	21%
65 en adelante	32	10%
Total	321	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Como se verifica en la Tabla 51, la distribución de edades de este grupo representa que se trata de emprendedores adultos (en mayor medida), con una edad comprendida principalmente hasta los 50 años. Además, es necesario destacar que, en promedio, estos emprendedores tenían alrededor de 35 años cuando iniciaron sus emprendimientos. Y, en su caso, también destacamos la

edad mínima y máxima encontrada en esta investigación, que son de 18 y 70 años respectivamente.

Gráfico 10. Emprendimientos en los 4 CTC's.



Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

En el Gráfico 10 se identificó el número de emprendimientos turísticos que se encuentran en los cuatro CTC's de la provincia de Santa Elena desde su certificación. Cabe destacar que a pesar de ser el más antiguo CTC certificado, la comuna de Sacachún es la que menos emprendimientos registra, con solo 10 emprendedores. El CTC con mayor número de emprendimientos es San Pedro con 110 emprendimientos turísticos. Eso se debe a que el desarrollo de los CTC's en esta provincia es individual, va de acuerdo al número de pobladores y nivel de liderazgo que existe.

Finalmente, como se puede identificar en la Tabla 52, las actividades desempeñadas en emprendimiento turístico son variadas de acuerdo a los recursos naturales y culturales que poseen para la atención al turista en cada una de las comunidades certificadas como CTC. La mayor cantidad de emprendimientos son negocios relacionados con la gastronomía y tiendas de barrio (alimentos y bebidas) durante todo el año. De la misma forma se puede evidenciar que a lo largo de la playa se han desarrollado emprendimientos para recibir a los visitantes y turistas que llegan a sus comunidades.

Tabla 52. Actividad de emprendimiento.

	Actividad	Porcentaje
Cabañas-comedores	36	11%
Carperos	17	5%
Parasoleros	15	5%
Cokteleros	22	7%
Fincas orgánicas	10	3%
Pesca artesanal	6	2%
Artesanos de paja toquilla	14	4%
Artesanos en tagua	30	9%
Restaurantes	38	12%
Tienda de barrio	110	34%
Piloto-parapente	11	3%
Hospedaje	8	2%
Guía	4	1%
Total	321	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

6.2 Análisis descriptivo de datos métricos

En esta primera etapa de análisis descriptiva de datos, lo primero que se realizó fue evaluar la distribución a partir de las medidas de tendencia central: la media y la desviación típica para todas las variables paramétricas. Además de considerar el uso de las medidas de asimetría y curtosis en cada variable para probar la normalidad de la distribución. La asimetría mide el desplazamiento de la distribución, se refiere a su equilibrio, y la curtosis mide el tipo de parábola, elevación o aplanamiento de la distribución respecto a la normal, en este caso, la concentración o dispersión de respuestas (Hair et al., 2014).

Para el control de estas medidas se utilizó como referencia Kline (2015). De esta forma, los valores propuestos para la medida de asimetría (3) y curtosis (8) son un poco superiores a los propuestos por Finney y DiStefano (2006), asimetría 2 y 7 para curtosis. En este caso, datos con valores que están dentro de estos indicadores pueden considerarse casi normales.

La Tabla 53 contiene los resultados obtenidos para las variables escalares del cuestionario, empezando por los indicadores razones para emprender que tienen los emprendedores turísticos, representada por la sigla PDE, y va de la variable (PDE01-PDE05).

Tabla 53. Razones para emprender que tienen los ET.

	Media	Desviación típica	Asimetría	Curtosis	Confianza Inferior	Confianza superior
PDE01=Recursos que deben ser aprovechados	4.50	1.132	-2.305	4.040	4.376	4.624
PDE02=Turistas solicitan servicios en la visita	4.43	1.187	-2.055	2.953	4.300	4.560
PDE03=No tengo empleo fijo	4.17	1.465	-1.475	0.487	4.010	4.330
PDE04=Capacitaciones emprendimiento en	3.35	1.769	-0.384	-1.644	3.156	3.544
PDE05=Porque llegan más turistas	4.03	1.399	-1.162	-0.084	3.877	4.183

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

En este análisis individual de las razones que les hizo emprender, la medida más alta encontrada fue la del ítem PDE01. Esta respuesta se refiere a que la comunidad tiene recursos naturales y culturales que deben ser aprovechados, indicando por tanto que la comunidad local entiende que son poblaciones con suficientes recursos naturales y culturales que pueden ser útiles al turismo. Por el contrario, la medida más baja se encontró en la variable PDE04, relacionada con la cantidad de capacitaciones recibidas en emprendimiento turístico. Este aspecto está muy relacionado con el tema de estudio en cuestión, dado que la poca cantidad de capacitaciones recibidas conforman las razones por las que no todos deciden emprender.

En la medida relacionada con las acciones voluntarias que realizan los emprendedores turísticos (AV01-AV06) se presenta aquí la Tabla 54, con los resultados encontrados en la aplicación de la encuesta. El valor promedio más alto (AV03) fue lo que se destaca la colaboración en el orden y cuidado ambiental de la comunidad (4,64) en las acciones voluntarias que realizan, seguido inmediatamente con el respeto a los horarios de atención al público y las actividades permitidas que se puedan realizar (4,51). En esta dimensión, la variable con media más baja fue AV01, que trata de información que solicitan a las autoridades locales sobre líneas y facilidades de créditos económicos para emprendimientos. En el mejor de los casos, esto se debe a que la mayoría de los encuestados deciden emprender con sus propios recursos económicos, por

desconocimiento de las líneas y facilidades de créditos económicos por parte del Gobierno Central.

Tabla 54. Acciones voluntarias que realizan los ET.

	Media	Desviación típica	Asimetría	Curtosis	Confianza Inferior	Confianza superior
AV01=Solicito información líneas de crédito	3.44	1.737	0.473	-1.542	3.249	3.630
AV02=Respeto la organización, cultura	4.46	1.186	-2.1656	3.345	4.330	4.589
AV03=Colaboro en el orden	4.64	1.013	-2.9237	7.394	4.529	4.750
AV04=Respeto los horarios de atención	4.51	1.113	-2.3282	4.279	4.388	4.631
AV05=Cumplo con permisos legales	4.04	1.551	-1.2465	-0.173	3.870	4.209
AV06=Adquiero y consumo productos locales	4.37	1.251	-1.8954	2.201	4.233	4.506

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Los siguientes resultados presentados en la Tabla 55 tratan a cerca de la pregunta sobre las obligaciones personales que realizan los emprendedores turísticos en prácticas responsables adaptadas al contexto empresarial y económico (OP01-OP06). Se ve que las medias más altas de todas las seis fueron los ítems OP02 y OP06. Por otro lado, el ítem OP01 fue el que obtuvo la media más baja (3,96). Este ítem trata de la relación del emprendedor con la toma de decisiones y participación local en procesos/iniciativas relacionadas con el desarrollo turístico, la planificación, la comercialización, etc.

Tabla 55. Obligaciones personales que realizan los ET.

	Media	Desviación típica	Asimetría	Curtosis	Confianza Inferior	Confianza superior
OP01=Me incluyo en toma de decisiones	3.96	1.468	-1.069	-0.383	3.799	4.120
OP02=Busco salud, educación, empleo	4.49	1.127	-2.253	3.914	4.366	4.613
OP03=Realizo interacciones turísticas	4.40	1.200	-1.963	2.622	4.268	4.531
OP04=Facilito respeto propio, seguridad	4.61	0.990	-2.740	6.582	4.501	4.718
OP05=Las ganancias son distribuidas	4.54	1.021	-2.391	4.971	4.428	4.651
OP06=Recomiendo actividades turísticas	4.49	1.170	-2.282	3.842	4.362	4.617

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Las próximas variables presentadas en la Tabla 56 se refieren a las dimensiones de la responsabilidad (económica, legal, ética y filantrópica) desempeñadas por los emprendedores turísticos. Cabe destacar que las variables REL01-REL05 corresponden a las variables de responsabilidad económica; las variables REL06-REL10 corresponden a la variable de responsabilidad legal;

las variables REL11-REL15 corresponden a la variable de responsabilidad ética y, finalmente, las variables REL16-REL20 corresponden a la variable de responsabilidad filantrópica. La media más alta encontrada fue del ítem REL20, donde se entiende que los pequeños emprendimientos son muestra de mejores condiciones de vida para la comunidad. Y la media más baja se encontró en la variable REL01, relacionada con haber sido representante o líder en la comunidad. Esto significa debilidad en el liderazgo que tienen las comunidades, debido a que son pocos los representantes o líderes locales.

Tabla 56. Dimensiones de la RS desempeñadas por los emprendedores turísticos.

	Media	Desviación típica	Asimetría	Curtosis	Confianza Inferior	Confianza superior
REL01=He sido representante/líder	2.57	1.851	0.431	-1.718	2.367	2.772
REL02=Es fácil trabajar con planificación	4.09	1.371	-1.312	0.340	3.940	4.239
REL03=Identifico/ busco aliarme a redes	3.39	1.722	-0.408	-1.557	3.240	3.539
REL04=Las buenas prácticas son reconocidas	4.27	1.219	-1.619	1.515	4.136	4.403
REL05=Aseguran mayor uso a servicios locales	4.35	1.218	-1.836	2.140	4.216	4.483
REL06=Aseguran beneficios económicos	4.14	1.309	-1.353	0.558	3.996	4.283
REL07=Contribuyen al respeto y trato por igual	4.45	1.164	-2.144	3.560	4.322	4.577
REL08=Las gestiones entre líderes	4.11	1.291	-1.090	0.380	3.968	4.251
REL09=Limpieza y orden es tarea de todos	4.50	1.121	-2.326	4.257	4.377	4.622
REL10=Las acciones son reconocidas	4.24	1.294	-1.579	1.179	4.098	4.381
REL11=Conozco necesidades de los clientes	4.37	1.171	-1.110	2.549	4.241	4.498
REL12=Reciben información completa	4.46	1.129	-2.171	3.626	4.336	4.583
REL13=Clientes conocen los servicios CTC	4.34	1.165	-1.763	2.084	4.212	4.467
REL14=Servicios CTC son de buena calidad	4.34	1.228	-1.860	2.214	4.205	4.474
REL15=Servicios y actividades son organizados	4.31	1.251	-1.700	1.609	4.173	4.446
REL16=Se preserva el ambiente local	4.49	1.043	-2.222	4.180	4.375	4.604
REL17=Los emprendimientos son oportunidades	4.57	1.029	-2.546	5.554	4.457	4.682
REL18=Los valores son transmitidos	4.58	0.994	-2.621	6.164	4.471	4.688
REL19=Uso adecuado a recursos naturales	4.35	1.213	-1.841	2.188	4.217	4.482
REL20= Emprendimientos son muestra de equidad	4.61	1.007	-2.691	6.253	4.4998	4.720

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

En la Tabla 57 se encuentran los datos para la pregunta objetivos y motivaciones de los emprendedores turísticos (OM01-OM05). Se ve que la media más alta de todas las preguntas consultadas fue para el ítem OM02, tener mi puesto de trabajo, con 4,71. Por otro lado, el ítem OM09, los clientes están

dispuestos a pagar un precio elevado fue el que obtuvo la media más baja (3,63). Esto, por tanto, quiere decir que el objetivo primordial para los emprendedores turísticos es tener su puesto de trabajo, pese a que los turistas no estén dispuestos a pagar por un precio elevado por sus servicios.

Tabla 57. Objetivos y Motivaciones de los emprendedores turísticos.

	Media	Desviación típica	Asimetría	Curtosis	Confianza Inferior	Confianza superior
OM01=Valores personales	4.66	0.380	-3.166	9.250	4.600	4.719
OM02=Tener mi puesto de trabajo	4.71	0.953	-3.398	10.262	4.560	4.859
OM03=Incrementar número de servicios	4.53	1.052	-2.413	4.979	4.365	4.694
OM04=Los clientes solicitan nuestros servicios	4.48	1.064	-2.141	3.774	4.313	4.646
OM05=Lo que ofrecemos es nuestra imagen	4.39	1.140	-1.842	2.370	4.211	4.568
OM06=Venta e ingreso de modo continuo	4.38	1.106	-1.923	2.930	4.206	4.553
OM07=Rapidez de cobro	4.52	1.090	-2.377	4.547	4.359	4.700
OM08=Relaciones personales	4.53	1.055	-2.402	4.840	4.364	4.695
OM09=Pagan un precio elevado	3.63	1.661	-0.681	-1.234	3.369	3.890
OM10=Trabajo con mi familia	4.55	1.161	-2.508	4.734	4.368	4.731

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Las últimas variables descritas corresponden a las prácticas de turismo comunitario de los emprendedores: participación, manejo de recursos y bienestar local (CT01-CT08), tal como se presenta en la Tabla 58. La media más alta encontrada fue la del ítem CT08, recomendaría en las comunidades rurales de la provincia Santa Elena se generen emprendimientos de turismo comunitario, obtuvo un valor de (4,72). Por el contrario, la media más baja se encuentra en el ítem CT07, piensa que en su comunidad se ha logrado con el trabajo comunitario un bienestar local, con un valor de (4,36). Destacándose como un resultado importante la generación de emprendimientos turísticos en comunidades rurales de la provincia.

Tabla 58. Prácticas de Turismo Comunitario de los emprendedores.

	Media	Desviación típica	Asimetría	Curtosis	Confianza Inferior	Confianza superior
CT01=Actividad turística solidaria	4.58	1.022	-2.648	6.107	4.468	4.691
CT02=Participación activa comunidad	4.60	1.033	-2.722	6.351	4.487	4.712
CT03=Manejo adecuado del patrimonio	4.58	1.034	-2.626	5.956	4.466	4.693
CT04=Valoración del patrimonio	4.63	0.960	-2.846	7.389	4.524	4.735
CT05=Principio de igualdad de género	4.47	1.162	-2.184	3.496	4.342	4.597
CT06=Distribución de beneficios locales	4.50	1.093	-2.280	4.177	4.380	4.619
CT07=Se ha logrado un bienestar local	4.36	1.126	-2.184	3.496	4.236	4.483
CT08=Generar emprendimientos TC	4.72	0.823	-2.280	4.177	4.629	4.810

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Habiendo discutido los valores medios para cada uno de los apartados de la herramienta utilizada para recolectar los datos, ahora presentamos los valores encontrados de asimetría y curtosis. Se utilizó el criterio de Kline (2015), manteniendo valores de entre $-3 > \text{valor de la variable} < 3$ para la media de asimetría y valores de $8 > \text{valor de la variable} < 8$ para la medida de curtosis. Por tanto, después de este análisis, las siguientes variables fueron descartadas para el estudio porque no cumplían con este requisito:

Dentro del constructo Objetivos y Motivaciones que tienen los emprendedores turísticos se determinó que las variables descartadas son OM01 (los valores personales y modelo de organización me impulsan para emprender en el CTC) y OM02 (Tener mi puesto de trabajo). Además, dentro del constructo prácticas de turismo comunitario de los emprendedores, también fueron descartadas dos variables: CT03 (manejo adecuado del patrimonio natural y cultural) y CT04 (Valoración del patrimonio natural y cultural), se ha identificado en el curso de la investigación que, luego del análisis, estas generan inconsistencias, por lo que fueron descartadas.

6.3 Resultados del análisis del modelo de medida de primer orden

Los cuatro constructos principales de la investigación (dos de primer orden y dos de segundo) quedan organizados de la siguiente manera:

- Acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos: razones para emprender que tienen los ET, acciones voluntarias que realizan los ET. y obligaciones personales que realizan los ET.

- Dimensiones de la RS (económicas, legales, éticas y filantrópicas) desempeñadas por los emprendedores turísticos.

- Objetivos y motivaciones de los emprendedores turísticos.

- Prácticas de Turismo Comunitario de los emprendedores.

A partir de ahora presentaremos los resultados de los primeros análisis efectuados. Para eso, se utilizó el método de enfoque en dos pasos (two-stage approach) como lo cita la investigación de Sánchez-Infante (2017), procedimiento de construcción por medio de los *latent variable scores* (Wright et al., 2012). En este apartado se estiman las puntuaciones agregadas de primer orden. Se compone el modelo incluyendo los constructos de primer orden con sus indicadores, estos factores de primer orden van a actuar en el modelo como constructo de segundo orden al que representan. Se realiza el cálculo con el programa SmartPLS y se obtienen los *latent variable scores*.

Primero evaluamos los modelos de medición y en este paso la prueba de confiabilidad del indicador individual es crucial en SmartPLS. Eso es equivalente al parámetro de cargas externas (Hair et al., 2014), donde ellas deben ser superiores a 0.7 para que el indicador sea aceptado, pero admite valores por encima de 0.6 cuando el estudio es exploratorio. En este modelo, 7 indicadores tienen cargas externas inferiores al valor recomendado. Por ello, se procedió a eliminarlos del modelo, tal como lo recomiendan Hair, Hult, Ringle, y Sarstedt (2014).

Tabla 59. Cálculo de cargas externas de Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET.

Constructos de segundo orden	Constructos de primer orden	Variable	Cargas
Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	Acciones voluntarias que realizan los ET	AV01	0.179
		AV02	0.776
		AV03	0.814
		AV04	0.823
		AV05	0.480
		AV06	0.772
	Razones para emprender que tienen los ET	PDE1	0.777
		PDE2	0.829
		PDE3	0.668
		PDE04	0.429
		PDE5	0.734
	Obligaciones personales que realizan los ET	OP01	0.493
		OP02	0.749
		OP03	0.758
		OP04	0.861
		OP05	0.761
		OP06	0.812

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

De acuerdo con los resultados de las pruebas con SmartPLS, se obtuvieron los valores de cargas externas para cada indicador de las Acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos como se muestra en la Tabla 59. Así, se eliminaron aquellos indicadores que se muestren por debajo de 0,60 (AV01, AV05, PDE04 y OP01).

Las cargas externas de los indicadores Dimensiones de RS desempeñadas por los emprendedores turísticos, que no cumplieron con la premisa de ser superior a 0,60 son dos relacionados con las dimensiones económicas. Concretamente se decide eliminar los indicadores REL01 y REL03, conforme se percibe en la Tabla 60 a seguir.

Tabla 60. Cálculo de cargas externas de Dimensiones de RS desempeñadas por los ET.

Constructos de segundo orden	Constructos de primer orden	Variable	Cargas
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	Económicas	REL01	0.140
		REL02	0.682
		REL03	0.508
		REL04	0.840
		REL05	0.833
	Legales	REL06	0.761
		REL07	0.803
		REL08	0.620
		REL09	0.820
		REL10	0.759
	Éticas	REL11	0.679
		REL12	0.833
		REL13	0.827
		REL14	0.763
		REL15	0.782
	Filantrópicas	REL16	0.810
		REL17	0.874
		REL18	0.840
		REL19	0.877
		REL20	0.833

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Todos los indicadores utilizados para medir las Prácticas de TC de los emprendedores cumplen con la premisa (Tabla 61).

Tabla 61. Cálculo de cargas externas de Prácticas de TC de los emprendedores.

Constructos de primer orden	Variable	Cargas
Prácticas de TC de los emprendedores	CT01	0.807
	CT02	0.863
	CT03	0.870
	CT04	0.915
	CT05	0.779
	CT06	0.818
	CT07	0.652
	CT08	0.791

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Finalmente, en la Tabla 62 se presentan las cargas externas de los indicadores de Objetivos y Motivaciones de los ET. Donde, el indicador OM09 es el único inferior a 0,60, por ello se decide eliminarlo de la medida.

Tabla 62. Cálculo de cargas externas de Objetivos y Motivaciones de los ET.

Constructos de primer orden	Variable	Cargas
Objetivos y motivaciones de los ET	OM01	0.853
	OM02	0.845
	OM03	0.753
	OM04	0.659
	OM05	0.745
	OM06	0.642
	OM07	0.792
	OM08	0.834
	OM09	0.358
	OM10	0.725

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Aquellos indicadores que estén por debajo de 0,6 se deberán considerar eliminarlos si esto produce un alza en la fiabilidad compuesta o si afecta a la validez de contenido. En seguida se debe nuevamente correr el modelo para estimar los resultados (Urbach y Ahlemann, 2010).

Eliminados los indicadores con cargas por debajo de 0,6 se debe realizar una nueva estimación y los resultados se muestran en la Tabla 63, sobre las acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET.

Tabla 63. Estimación de cargas externas de Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET.

Constructos de segundo orden	Constructos de primer orden	Variable	Cargas
Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	Acciones voluntarias que realizan los ET	AV02	0.776
		AV03	0.814
		AV04	0.823
		AV06	0.772
	Razones para emprender que tienen los ET	PDE01	0.777
		PDE02	0.829
		PDE03	0.668
		PDE05	0.734
	Obligaciones personales que realizan los ET	OP02	0.749
		OP03	0.758
		OP04	0.861
		OP05	0.761
		OP06	0.812

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Eliminados los indicadores con cargas por debajo de 0,6 se debe realizar una nueva estimación y los resultados se muestran en la Tabla 64, sobre las dimensiones de RS desempeñadas por los ET.

Tabla 64. Estimación de cargas externas de Dimensiones de RS desempeñadas por los ET.

Constructos de segundo orden	Constructos de primer orden	Variable	Cargas
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	Económicas	REL02	0.682
		REL04	0.840
		REL05	0.833
	Legales	REL06	0.761
		REL07	0.803
		REL08	0.620
		REL09	0.820
		REL10	0.759
	Éticas	REL11	0.679
		REL12	0.833
		REL13	0.827
		REL14	0.763
		REL15	0.782
	Filantrópicas	REL16	0.810
		REL17	0.874
		REL18	0.840
		REL19	0.877
		REL20	0.833

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Eliminados los indicadores con cargas por debajo de 0,6 se debe realizar una nueva estimación y los resultados se muestran en la Tabla 65, sobre las prácticas de TC de los emprendedores.

Tabla 65. Estimación de cargas externas de Prácticas de TC de los emprendedores.

Constructos de primer orden	Variable	Cargas
Prácticas de TC de los emprendedores	CT01	0.807
	CT02	0.863
	CT03	0.870
	CT04	0.915
	CT05	0.779
	CT06	0.818
	CT07	0.652
	CT08	0.791

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Eliminados los indicadores con cargas por debajo de 0,6 se debe realizar una nueva estimación y los resultados se muestran en la Tabla 66, sobre los Objetivos y Motivaciones de los ET.

Tabla 66. Estimaciones de cargas externas de Objetivos y Motivaciones de los ET.

Constructos de primer orden	Variable	Cargas
Objetivos y Motivaciones de los ET	OM01	0.853
	OM02	0.845
	OM03	0.753
	OM04	0.659
	OM05	0.745
	OM06	0.642
	OM07	0.792
	OM08	0.834
	OM10	0.725

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Dado que todos los indicadores tienen cargas superiores a 0,6 se decide continuar con la estimación del modelo realizando pruebas de fiabilidad.

Para medir cuán confiable son las medidas de la escala utilizada, se estimó el coeficiente Alfa de Cronbach de cada constructo, que analiza la consistencia interna de los mismos. Otro procedimiento sugerido por Hair et al. (2014) para verificar la confiabilidad compuesta es la evaluación de las cargas externas. La validez convergente fue evaluada a partir de la varianza media extraída por constructo (AVE), que equivale a medir la comunalidad entre ellos. Todos los criterios de evaluación del modelo de medición en relación a los constructos reflexivos están presentados en la siguiente Tabla 67.

Tabla 67. Evaluación de cargas externas de los indicadores.

	α	rho_A	CC	AVE
Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	0.905	0.931	0.919	0.422
Acciones voluntarias que realizan los ET	0.756	0.772	0.845	0.578
Razones para emprender que tienen los ET	0.837	0.841	0.891	0.672
Obligaciones personales que realizan los ET	0.854	0.859	0.896	0.634
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	0.930	0.945	0.939	0.454
Económicas	0.721	0.746	0.843	0.643
Legales	0.811	0.826	0.869	0.571
Éticas	0.836	0.838	0.85	0.607
Filantrópicas	0.902	0.903	0.927	0.718
Objetivos y Motivaciones de los ET	0.910	0.921	0.926	0.586
Prácticas de TC de los emprendedores (variable latente 1)	0.926	0.932	0.940	0.665
Valores óptimos	> 0.7	0.7	> 0.7	> 0.5

Nota: α = Alfa de Cronbach; (rho_A) índice; CC = Confiabilidad Compuesta; AVE = Variancia Media Extraída

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

A partir de la validez convergente del ítem, a través de la Varianza Media Extraída (AVE), se proporciona la cantidad de varianza que un constructo obtienen de sus indicadores, con relación a la cantidad de varianza debido al error de medida (Fornell y Larcker, 1981). Estos mismos autores recomiendan que su valor sea superior a 0.50, con lo que se determina que más del 50% de la varianza del constructo es debido a sus indicadores. Tal y como aparece en la Tabla 68. No todos los constructos presentan valores superiores a 0.50 por lo tanto no cumplen con el requisito de validez convergente.

Existen dos alternativas para el mantenimiento o eliminación de indicadores no significativos: una estricta (Roberts y Thatcher, 2009), y otra más flexible (Hair et al., 2014). Siguiendo a Diamantopoulos y Winklhofer (2001) las alternativas van en función de si su eliminación presupone o no pérdida de información útil y si es necesaria para la definición de los componentes:

1 que, en PLS, estas medidas no pueden ser observadas hasta una vez efectuado el análisis.

2 además, ya que todas estas medidas están basadas en la literatura y en un análisis previo, es conceptualmente interesante saber que facetas de los constructos son significativas y cuáles no.

Por ahora, solo se deben observar los parámetros de las cargas externas (ahora todos están por encima de 0.6), la confiabilidad del constructo y la validez discriminante conforme se ve en la Tabla 68. Todos los parámetros (Alpha de Crombach, Rho, Fiabilidad compuesta y varianza media extraída) tienen calidad en sus mediciones. Pero, teniendo en cuenta que hay dos valores de AVE por debajo de 0.5, no deben ser considerados porque están asociados con construcciones de segundo orden: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET y Dimensiones de RS desempeñadas por los ET.

Sin embargo, al analizar el parámetro de validez discriminante, observamos que existe una correlación entre diferentes constructos de primer orden y no podemos estimar el modelo en estas condiciones. Por lo tanto, se realizó un análisis de indicador por indicador, entre aquellos constructos que mostraron estas correlaciones donde se identificaron aquéllos que tienen las correlaciones más altas y se eliminaron de esos constructos. Aún mostramos resultados correspondientes a la fase de evaluación del modelo de medición de constructos reflexivos y, por tanto, si bien los indicadores de un mismo

constructo pueden mostrar correlaciones, los indicadores de diferentes constructos deben ser totalmente independientes.

Ahora bien, se procedió a la evaluación final de cargas externas de constructos e indicadores como se evidencia en las Tablas 68 y 69.

Tabla 68. Evaluación final de cargas externas de los constructos.

Constructos	A	rho_A	CC	AVE
Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	0.907	0.919	0.923	0.525
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	0.937	0.943	0.945	0.505
Objetivos y Motivaciones de los ET	0.853	0.873	0.912	0.776
Prácticas de TC de los emprendedores	0.410	0.842	0.893	0.677

Nota: α = Alfa de Cronbach; (rho_A) índice; CC = Confiabilidad Compuesta; AVE = Variancia Media Extraída

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Examinados los resultados declarados en las Tablas 68 y 69 se puede afirmar que todos los constructos e indicadores finalmente son fiables, comprobando que todos los parámetros (Alpha de Cronbach, Rho, Fiabilidad compuesta y varianza media extraída) tienen calidad en sus mediciones.

Tabla 69. Evaluación final de cargas externas de los indicadores.

Indicadores	α	rho_A	CC	AVE
Razones para emprender que tienen los ET	0.802	0.810	0.883	0.717
Acciones voluntarias que realizan los ET	0.756	0.773	0.845	0.578
Obligaciones personales que realizan los ET	0.789	0.799	0.877	0.704
Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.937	0.943	0.945	0.505
Económicas	0.721	0.745	0.843	0.643
Legales	0.768	0.795	0.852	0.592
Éticas	0.836	0.838	0.885	0.607
Filantrópicas	0.902	0.903	0.927	0.718
Objetivos y Motivaciones de los ET	0.910	0.921	0.926	0.586
Prácticas de TC de los emprendedores (variable latente 1)	0.926	0.932	0.940	0.665
Valores óptimos	> 0.7	0.7	> 0.7	> 0.5

Nota: α = Alfa de Cronbach; (rho_A) índice; CC = Confiabilidad Compuesta; AVE = Variancia Media Extraída

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Ahora bien, la validez discriminante del constructo indica en qué medida un constructo dado es diferente de los otros constructos. En esta investigación se aplicó el criterio de Fornell y Larcker (1981), que sugieren que la validez discriminante se puede evaluar examinando si la raíz cuadrada del AVE es mayor a las correlaciones entre otros constructos. Como se muestra en la Tabla

70 todos los valores en la diagonal sobrepasan a las correlaciones entre constructos.

Tabla 70. Validez discriminante, criterio de Fornell y Larcker.

Indicadores	PDE	AV	REL	TC	REL	REL	OM	OP	REL
Razones para emprender que tienen los ET (PDE)	0.847								
Acciones voluntarias que realizan los ET (AV)	0.646	0.760							
Económicas (REL)	0.672	0.535	0.802						
Prácticas de TC de los emprendedores (TC)	0.764	0.020	0.620	0.823					
Filantrópicas (REL)	0.687	0.521	0,08	0.686	0.847				
Legales (REL)	0.693	0.532	0.739	0.672	0.767	0.770			
Objetivos y Motivaciones de los ET (OM)	0.804	0.642	0.666	0.799	0.678	0.701	0.881		
Obligaciones personales que realizan los ET (OP)	0.795	0.635	0.704	0.754	0.661	0.696	0.826	0.839	
Éticas (REL)	0.602	0.530	0.639	0.565	0.730	0.650	0.586	0.563	0.779

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Adicionalmente, en la Tabla 71 se muestra el criterio HTMT, el cual es una ratio de las correlaciones intra constructo y las correlaciones entre constructos. Los valores de HTMT están bajo el valor requerido de 0,9 (Henseler et al., 2016). Los resultados indican una adecuada validez discriminante.

Tabla 71. Validez discriminante, criterio HTMT.

Constructos	Dimensiones de RS	Prácticas de TC	Objetivos y Motivaciones	Acciones desempeñadas de RS
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET				
Prácticas de TC de los emprendedores	0.654			
Objetivos y Motivaciones de los ET	0.472	0.560		
Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	0.733	0.756	0.559	

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Se examinó la validez discriminante a través de la técnica HTMT utilizando un punto de corte fijo de HTMT, eso consiste en determinar si el valor HTMT de un constructo se aproxima a 1.0 Henseler et al. (2015) recomendaron valores de corte de HTMT de 0,90 o 0,85, mientras que Voorhees et al. (2016) encontraron que un valor de corte de HTMT de 0,75 era más útil.

A continuación, se realizan técnicas válidas para su confirmación como el análisis de la Media, Desviación estándar, valores t, p de los indicadores PDE, AV y OP, tal como se muestra en la Tabla 72.

Tabla 72. Análisis Media, desviación estándar, valores t, p (PDE, AV y OP).

Indicadores	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	p values
PDE01 <- Razones para emprender que tienen los ET	0.790	0.788	0.040	19.665	0.000
PDE02 <- Razones para emprender que tienen los ET	0.838	0.838	0.028	30.305	0.000
PDE03 <- Razones para emprender que tienen los ET	0.696	0.693	0.048	14.560	0.000
PDE05 <- Razones para emprender que tienen los ET	0.708	0.707	0.052	13.607	0.000
AV03 <- Acciones voluntarias que realizan los ET	0.876	0.875	0.027	32.627	0.000
AV04 <- Acciones voluntarias que realizan los ET	0.69	0.869	0.025	34.228	0.000
AV06 <- Acciones voluntarias que realizan los ET	0.793	0.792	0.036	21.818	0.000
OP2 <- Obligaciones personales que realizan los ET	0.797	0.794	0.044	18.048	0.000
OP4 <- Obligaciones personales que realizan los ET	0.890	0.890	0.018	48.724	0.000
OP5 <- Obligaciones personales que realizan los ET	0.827	0.825	0.038	22.028	0.000

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

A continuación, se realizan técnicas válidas para su confirmación como el análisis de la Media, Desviación estándar, valores t, p del indicador REL, tal como se muestra en la Tabla 73.

Tabla 73. Análisis Media, desviación estándar, valores t, p valores (REL).

Indicadores	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	p values
REL02 <- Económicas	0.694	0.692	0.052	13.372	0.000
REL02 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.549	0.548	0.060	9.106	0.000
REL04 <- Económicas	0.84	0.839	0.026	32.769	0.000
REL04 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.696	0.695	0.048	14.508	0.000
REL05 <- Económicas	0.863	0.863	0.021	42.002	0.000
REL05 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.760	0.760	0.042	17.987	0.000
REL07 <- Legales	0.819	0.818	0.033	24.874	0.000
REL07 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.740	0.740	0.047	15.848	0.000
REL08 <- Legales	0.620	0.616	0.066	9.353	0.000
REL08 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.489	0.487	0.067	7.291	0.000
REL09 <- Legales	0.854	0.855	0.022	38.474	0.000
REL09 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.788	0.788	0.036	22.116	0.000
REL10 <- Legales	0.764	0.764	0.039	19.829	0.000
REL10 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.655	0.655	0.049	13.362	0.000

Indicadores	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	p values
REL11 <- Éticas	0.678	0.676	0.050	13.594	0.000
REL11 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.639	0.637	0.058	11.070	0.000
REL12 <- Éticas	0.834	0.832	0.030	27.646	0.000
REL12 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.701	0.697	0.056	12.058	0.000
REL13 <- Éticas	0.827	0.825	0.032	25.845	0.000
REL13 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.665	0.662	0.058	11.365	0.000
REL14 <- Éticas	0.764	0.762	0.040	19.324	0.000
REL14 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.649	0.646	0.056	11.558	0.000
REL15 <- Éticas	0.781	0.782	0.031	25.235	0.000
REL15 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.704	0.703	0.043	16.403	0.000
REL16 <- Filantrópicas	0.810	0.808	0.040	20.378	0.000
REL16 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.756	0.755	0.046	16.532	0.000
REL17 <- Filantrópicas	0.874	0.873	0.024	36.237	0.000
REL17 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.820	0.818	0.035	23.695	0.000
REL18 <- Filantrópicas	0.840	0.838	0.038	22.065	0.000
REL18 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.776	0.774	0.046	16.973	0.000
REL19 <- Filantrópicas	0.877	0.877	0.021	42.779	0.000
REL19 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.825	0.824	0.024	34.520	0.000
REL20 <- Filantrópicas	0.833	0.831	0.034	24.320	0.000
REL20 <- Dimensiones RS desempeñadas por los ET	0.772	0.770	0.044	17.368	0.000

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

A continuación, se realizan técnicas válidas para su confirmación como el análisis de la Media, Desviación estándar, valores t, p del indicador OM, tal como se muestra en la Tabla 74.

Tabla 74. Análisis Media, desviación estándar, valores t, p valores (OM).

Indicadores	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	p values
OM01 <- Objetivos y motivaciones de los ET	0.926	0.925	0.017	55.122	0.000
OM02 <- Objetivos y motivaciones de los ET	0.935	0.934	0.013	71.837	0.000
OM05 <- Objetivos y motivaciones de los ET	0.773	0.771	0.048	15.971	0.000

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

A continuación, se realizan técnicas válidas para su confirmación como el análisis de la Media, Desviación estándar, valores t, p del indicador CT, tal como se muestra en la Tabla 75.

Tabla 75. Análisis Media, desviación estándar, valores t, p valores (CT).

Indicadores	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	p values
CT01 <- Prácticas de TC de los emprendedores	0.821	0.820	0.039	21.039	0.000
CT05 <- Prácticas de TC de los emprendedores	0.816	0.815	0.035	23.140	0.000
CT06 <- Prácticas de TC de los emprendedores	0.834	0.833	0.033	25.388	0.000
CT08 <- Prácticas de TC de los emprendedores	0.820	0.817	0.043	19.155	0.000

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Como se puede observar se consiguieron técnicas válidas para su confirmación. Finalmente, se han presentado los valores de los parámetros requeridos por la técnica PLS para evaluar el modelo de medición. Todos los parámetros están dentro de los rangos especificados. La hoja de cálculo con bootstrapping incluso muestra que todas las relaciones entre los indicadores y sus construcciones asociadas son significativas en 0.05. Cabe destacar que, aunque la hoja de cálculo de arranque proporciona valores para otras partes del modelo, en este momento debe considerarse solo para cargas externas. A continuación, se presentará el análisis de los modelos de medida con la evaluación de los constructos formativos de segundo orden.

Antes de presentar los resultados del modelo estructural, se observa que el modelo de medida presenta dos constructos formativos: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET y Dimensiones de RS desempeñadas por los ET. Los constructos de primer orden: razones para emprender que tienen los ET; acciones voluntarias que realizan los ET y obligaciones personales que realizan los ET, forman el constructo Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET. Y los constructos de primer orden: dimensiones: económicas, legales, éticas y filantrópicas forman el constructo Dimensiones de RS desempeñadas por los ET.

Por tanto, para los constructos formativos, es suficiente evaluar la existencia de multicolinealidad a través de la prueba de valor de VIF y la significación de la relación entre los constructos de primer orden y sus

respectivos constructos de segundo orden. Por lo tanto, los valores del factor de inflación de la varianza (VIF) se evaluaron antes al análisis. Como se muestra en la Tabla 76, todos los valores están en el rango de 1.8 a 3.3, debajo del límite más conservador de 3.3 (Diamantopoulos y Siguaw, 2006; Kock y Lynn, 2012; Gazali et al., 2019) indicando que la colinealidad no es un problema.

Tabla 76. Cálculo del factor de inflación de la varianza (VIF).

Relaciones	VIF
Razones para emprender que tienen los ET > Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	2.992
Acciones voluntarias que realizan los ET > Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	1.840
Obligaciones personales que realizan los ET > Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	2.925
Económicas > Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	2.789
Legales > > Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	3.215
Éticas > Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	2.362
Filantrópicas > Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	3.218

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Dado que no se identificaron problemas de multicolinealidad, procedemos a evaluar los pesos de los constructos de primer orden en sus constructos de segundo orden asociados.

Tabla 77. Evaluación de pesos de los constructos de primer orden.

Constructo de segundo orden	Constructo de primer orden	B	T-Statistics*	p-value**
Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	Razones para emprender que tienen los ET	0.398	17.903	0.000
	Acciones voluntarias que realizan los ET	0.324	16.680	0.000
	Obligaciones personales que realizan los ET	0.391	15.793	0.000
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	Económicas	0.194	13.209	0.000
	Legales	0.247	19.334	0.000
	Éticas	0.294	16.090	0.000
	Filantrópicas	0.389	20.962	0.000

* Significativo en el nivel 0.001 en 5000 bootstrapping.

** Significativo al nivel 0.05

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Como se indica en la tabla 77, todos los constructos de primer orden forman constructos positivos y significativamente de segundo orden. Para el constructo Acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos, el constructo más relevante son las “razones para emprender que tienen los ET” con coeficiente de trayectoria “ β ” =0,398; y el

segundo más relevante son las “obligaciones personales que realizan los ET” con “ β ” =0,391. Para el constructo Dimensiones de RS desempeñadas por los ET, el constructo más relevante es el “filantrópico” con “ β ” = 0,389, seguido por el constructo “ético” con “ β ” = 0,294.

6.4 Resultados de Modelo Estructural (inner model)

Identificados los indicadores para cada constructo en la fase exploratoria anterior, se realizó efectivamente el diseño del modelo de medición propuesto en esta investigación. A partir de ahora se presenta individualmente cada constructo que conforma el modelo y los respectivos indicadores que miden cada uno de ellos. Finalmente, a modo de simplificación, será presentado el modelo completo sin los indicadores.

Validado el modelo de medida, hay que ver las relaciones existentes entre los constructos. El objetivo fundamental de PLS es la predicción, y, por lo tanto, la bondad del modelo teórico se determina a través de la fortaleza de camino (relación entre los constructos), y la posible predicción de los constructos endógenos (variables dependientes). El criterio central para el examen de un modelo estructural es el coeficiente determinante R (Henseler et al., 2012). El R² en el estudio actual tiene un valor alto de 0,572 para el constructo endógeno de Prácticas de TC de los emprendedores, seguido de 0,537 para Dimensiones de RS desempeñadas por los ET y 0,358 para Objetivos y Motivaciones de los ET (Tabla 78). El alto valor de la construcción R confirma el poder explicativo del modelo.

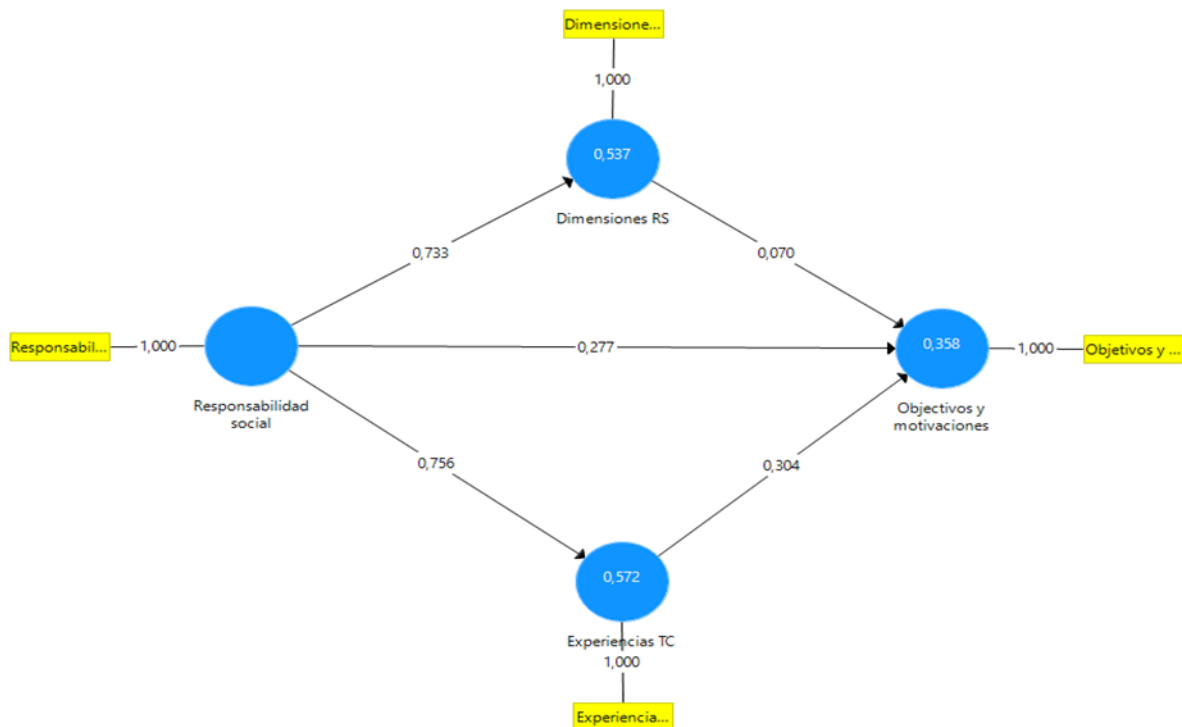
Tabla 78. Valoración de la colinealidad.

Constructos endógenos	R Square	R Square Adjusted
Prácticas de TC de los emprendedores	0.572	0.570
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	0.537	0.536
Objetivos y Motivaciones de los ET	0.358	0.352

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Por ello, en el gráfico 11 se miran las representaciones de los valores bootstrap del coeficiente path del modelo estimado, donde las hipótesis están relacionadas con constructos endógenos.

Gráfico 11. Valores bootstrap coeficiente path. Modelo.



Fuente: Elaboración propia.

En el análisis de las SEM con SmartPLS, las hipótesis de investigación corresponden a Coeficientes de ruta que relacionan constructos exógenos con constructos endógenos y así, en el modelo estimado, las hipótesis relacionadas con constructos endógenos son:

H1: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET > Dimensiones de RS desempeñadas por los ET.

H2: Dimensiones de RS desempeñadas por los ET > Objetivos y Motivaciones de los ET.

H3: Prácticas de TC de los emprendedores > Objetivos y motivaciones de los ET.

H4: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET > Prácticas de TC de los emprendedores.

H5: Acciones socialmente responsable desempeñadas por los ET > Objetivos y Motivaciones de los ET.

Con SmartPLS, la evaluación de las hipótesis se realiza analizando los coeficientes de trayectoria (β) que interconectan cada constructo y representan la influencia de un constructo exógeno con el endógeno (modelo estimado: H1, H4 y H5) y la influencia entre constructos endógenos (modelo estimado: H2 y H3). Esto a través de la observación de la significancia de estas relaciones, mediante el análisis del p valor que se obtiene mediante la prueba de bootstrapping. Los resultados encontrados para nuestro modelo fueron (Tabla 79):

Tabla 79. Prueba bootstrapping para constructos.

Constructos	Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	Prácticas de TC de los emprendedores	Objetivos y Motivaciones de los ET	Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET			0.070	
Prácticas de TC de los emprendedores			0.304	
Objetivos y Motivaciones de los ET				
Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	0.733	0.756	0.277	

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Para establecer la significación estadística de la prueba de arranque, de acuerdo con Hair et al. (2017) se realizó un remuestreo (bootstrapping) con 5.000 submuestras y se ejecutó el análisis del valor p con un nivel de significancia del 5%, como se muestra en la Tabla 80.

Tabla 80. Remuestreo bootstrapping de hipótesis.

Hipótesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	p values
H1: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET -> Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	0.733	0.731	0.062	11.850	0.000
H2: Dimensiones de RS desempeñadas por los ET-> Objetivos y Motivaciones de los ET	0.070	0.086	0.120	0.508	0.562
H3: Prácticas de TC de los emprendedores -> Objetivos y Motivaciones de los ET	0.304	0.291	0.119	2.548	0.011
H4: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET -> Prácticas de TC de los emprendedores	0.756	0.750	0.055	13.722	0.000
H5: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET -> Objetivos y motivaciones de los ET	0.277	0.274	0.091	3.056	0.002

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Al analizar la Tabla 80, observamos que la relación Dimensiones de RS desempeñadas por los ET -> Objetivos y Motivaciones de los emprendedores no es significativa porque el valor p es mayor que 0.05, por lo que la hipótesis H2 se rechaza. Todas las demás hipótesis H1, H3, H4 y H5 fueron confirmadas. Y se presentan los resultados de la siguiente manera (Tabla 81):

Tabla 81. Comprobación de hipótesis.

Hipótesis	Path coeficientes (B)	t-Statistics	p-value*	Estado de Hipótesis
H1: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET > Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	0.733	1.850	0.000	Confirmada
H2: Dimensiones de RS desempeñadas por los ET > Objetivos y Motivaciones de los ET	0.070	0.580	0.562	Rechazada
H3: Prácticas de TC de los emprendedores > Objetivos y Motivaciones de los ET	0.304	2.548	0.011	Confirmada
H4: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET > Prácticas de TC de los emprendedores	0.756	13.722	0.000	Confirmada
H5: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET > Objetivos y Motivaciones de los ET	0.277	3.056	0.002	Confirmada

(*) Nivel de significancia $p < 0,05$.

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Los efectos son medidos por los coeficientes Path, que oscilan entre 0.75 sustancial / 0.50 moderado / 0.25 débil / (+) 0.35 grande / 0.15 medio / 0.02 pequeño. Observamos tamaños del efecto grandes en el caso de la relación entre Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET > Prácticas de TC de los emprendedores y Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET > Dimensiones de RS desempeñadas por los ET, siendo medio en las relaciones Prácticas de TC de los emprendedores > Objetivos y Motivaciones de los emprendedores y Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET > Objetivos y Motivaciones de los ET y pequeño en el caso de Dimensiones de RS desempeñadas por los ET > Objetivos y Motivaciones de los ET.

De la misma forma se realizó el Test de Stone-Geiser Q2 (cross-validated redundancy index), a través del procedimiento (Blindfolding) vendar los ojos (Chin, 1998; Henseler et al., 2012) es usado como criterio para medir la

relevancia predictiva de los constructos dependientes. Para el examen de los valores de Q^2 la regla general es, si $Q^2 > 0$, tiene relevancia predictiva, si $Q^2 < 0$ no es predictiva (Henseler et al., 2009). Además, solo tiene aplicación en los modelos reflexivos. Tabla 82.

Tabla 82. Redundancia y Comunidad del constructo validada de forma cruzada.

Redundancia con validación cruzada	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	321.000	153.303	0.522
Prácticas de TC de los emprendedores	321.000	140.931	0.561
Objetivos y Motivaciones de los ET	321.000	221.747	0.309
Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	321.000	321.000	

Comunidad con validación cruzada	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Dimensiones de RS desempeñadas por los ET	321.000		1.000
Prácticas de TC de los emprendedores	321.000		1.000
Objetivos y Motivaciones de los ET	321.000		1.000
Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET	321.000		1.000

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Una vez aplicado el criterio que midió la relevancia predictiva de los cuatro constructos dependientes: Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET, Dimensiones de RS desempeñadas por los ET, Objetivos y Motivaciones de los ET y Prácticas de TC de los emprendedores se evidencia que cumple con la regla general de Chin (1998b) debido a que, $Q^2 > 0$ tiene relevancia predictiva en los valores de redundancia y comunidad con validación cruzada de los constructos dependientes.

Completada la prueba del modelo estructural (modelo interno) los resultados fueron excelentes. Los valores del coeficiente de determinación (R^2) son muy buenos para la mayoría de los constructos. Lo mismo para el valor Q^2 . Donde R^2 y Q^2 son indicadores de la calidad del modelo. La mejor relación se observa entre Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET y Prácticas de TC de los emprendedores (Coeficiente de trayectoria = 0,756).

Nótese también que la relación directa entre Acciones socialmente responsables desempeñadas por los ET y Objetivos y Motivaciones de los ET no es significativa. Hay indicios de que uno de los constructos Prácticas de TC de los emprendedores y las Dimensiones de RS desempeñadas por los ET (o ambas) median esta relación. Pero es necesario verificar mediante cálculos manuales que SmartPLS no proporciona.

6.5 Resultados de Modelo Global

El cálculo de la raíz cuadrática de los errores SRMR fue propuesto como indicador de la bondad del ajuste en el ámbito del PLS (Ringle et al., 2015) y siguiendo el trabajo de Sánchez-Infante (2017), se recomienda que su valor sea menor a 0.10, lo que refleja la magnitud media de las diferencias de las matrices de correlaciones. Luego, cuanto más bajo sea su valor, su ajuste será mejor. En cualquier caso, la recomendación planteada por Henseler et al. (2014) sobre el uso del estadístico SRMR como posible índice de ajuste fue hace solo seis años, y aún es objeto de debate. Encontramos que los principales índices utilizados para evaluar el modelo global son: NFI (Normed Fit Index o Bentler), RMS theta, d_ULS (The Unweighted Least square discrepancy) y d_G (The geodesic discrepancy). Según Henseler et al. (2014), valores por debajo de 0,12 para el RMS theta, inicialmente, indican como de buen ajuste. Para d_ULS y d_G se espera un valor < 95% bootstrap quantile. En la Tabla 83 se presentan los valores utilizados para probar las medidas de la calidad de ajuste de una manera más simplificada.

Tabla 83. Referencias para calidad de ajuste.

Medida	Valores esperados mínimos
NFI	> 0.9
RMS theta	< 0.12
d_ULS	< 95%
d_G	< 95%

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Con la utilización del modelo simplificado el software consiguió encontrar una buena relación entre los constructos. Los resultados de las pruebas de ajuste para el modelo de medida, incluso con la presencia de efectos de Prácticas de TC de los emprendedores, Dimensiones de RS desempeñadas por los ET y los Objetivos y Motivaciones de los ET, son los que se presentan en la Tabla 84. Los resultados están de acuerdo con las referencias teóricas, lo que confirma que el modelo es acertado.

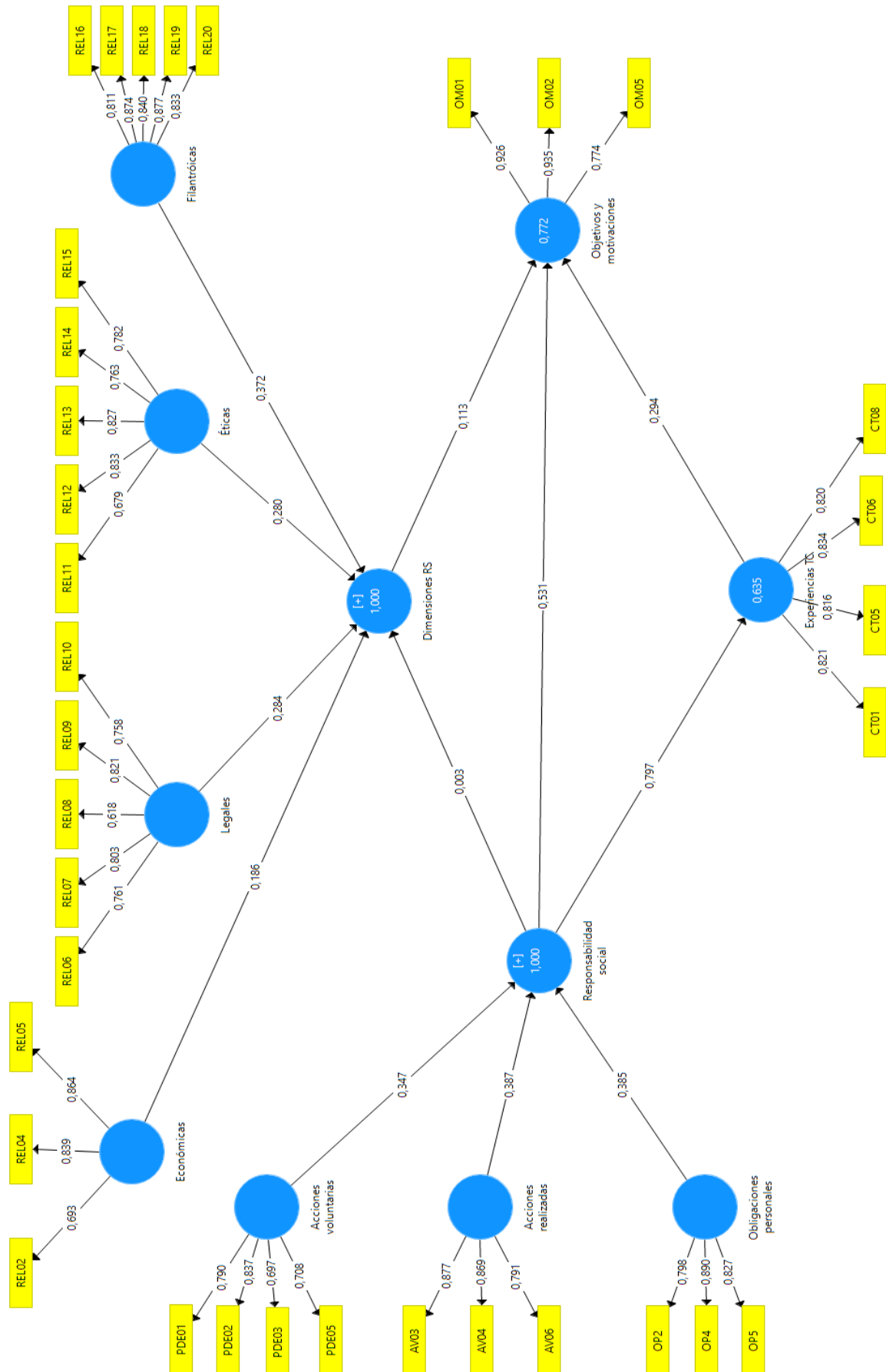
Tabla 84. Índices de ajuste del modelo global.

Medida	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.000	0.033
d_ULS	0.000	0.011
d_G	0.000	0.010
Chi-Square	0.000	16.338
NFI	1.000	0.976
RMS Theta	0.630	-

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Por lo tanto, las relaciones existentes entre el Turismo Comunitario y la Responsabilidad Social indicadas en esta tesis se confirman, como lo evidencia la figura 2. Modelo relacional de constructos y en el gráfico 12. Modelo de medida. En consecuencia, el modelo completo queda de la siguiente manera:

Gráfico 12. Modelo de Medida (ASR-DRS-OM-PTC).



Fuente: Elaboración propia.

6.6 Discusión de los Test de Hipótesis

A partir de ahora se presentan los resultados de los tests de las hipótesis. La primera hipótesis para el estudio proporcionó la relación entre acciones desempeñadas de RS y dimensiones RS (H1).

H1: Las acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos tienen un impacto positivo en las dimensiones de RS desempeñadas por los emprendedores turísticos.

Partiendo de la afirmación de Quijano (1998), para quien la RS es una estrategia de vida donde se conjugan una lista de valores primando ante todo el compromiso ético, que inicia de manera intrínseca en el individuo y después alcanza un ambiente externo a través de sus acciones para contribuir con el desarrollo de la sociedad. Se asumió que las acciones desempeñadas de RS influían en las dimensiones de RS. Ese proceso se llama comportamiento ético (Carroll, 1991). Sin embargo, en el transcurso de la pesquisa se asumió que lo interesante de esta investigación es la estrecha relación que existe entre las acciones desempeñadas de RS y las dimensiones de RS, en todo el proceso.

Por eso se decidió medir las acciones y dimensiones de RS y analizar la relación de influencia de la primera (acciones) en la segunda (dimensiones), comprobando, por tanto, que esta hipótesis es cierta como se puede verificar en los resultados de los coeficientes estimados ($\beta=0,733$, $p=0,000$ dado que <0.05). Así, la hipótesis H1 está confirmada.

La segunda hipótesis de esta investigación relaciona dimensiones de RS con objetivos y motivaciones de los ET. Se puede verificar en el resultado del coeficiente estimado que este, no cumple con la significación esperada.

H2: Las dimensiones de RS desempeñadas por los emprendedores turísticos influyen positivamente con los objetivos y motivaciones de los emprendedores turísticos.

Se entendió que las dimensiones de RS pueden generar objetivos y motivaciones, pero éstas deben medirse de acuerdo con la intención de realizar emprendimientos. En el momento en que se promueven los emprendimientos turísticos, los objetivos y motivaciones dejan de estar relacionados con las dimensiones de RS y se vuelven más congruentes con los comportamientos diarios, y por la significancia de los coeficientes ($\beta=0,070$, $p=0,562$), no cumple con el alcance esperado. A partir de las enseñanzas de Quijano (1998), las acciones del individuo contribuyen al desarrollo de la sociedad y según Backman (1975), se entendía que los objetivos y motivaciones son a los que se debería conceder importancia en la empresa, de modo que se asumen que son las que tenían que ver con los objetivos y motivaciones. Por lo que la hipótesis se rechaza.

H3: Las Prácticas de TC influyen positivamente en los Objetivos y Motivaciones de los emprendedores turísticos.

La hipótesis H3 fue confirmada con sus resultados ($\beta= 0,304$, $p= 0,011$). Esta relación nos lleva a afirmar que, si se realizan prácticas de turismo comunitario, los emprendedores turísticos se plantean objetivos y motivaciones fuertes, lo que permite establecer compromisos comunitarios, tal como se identifica en la teoría de (Kotler y Lee, 2004) quienes hicieron esa afirmación.

La cuarta hipótesis de esta investigación relaciona las acciones socialmente responsables desempeñadas con las prácticas de turismo comunitario. Se puede verificar en el resultado del coeficiente estimado que se cumple con la significación esperada.

H4: Las Acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos de RS influyen positivamente en las prácticas de TC.

Los resultados encontrados para H4 corroboran que está confirmada ($\beta=0,756$, $p=0,000$). Dicha relación lleva a afirmar que los emprendedores turísticos realizan acciones socialmente responsables en la ejecución de prácticas

de turismo comunitario. Así, las desarrollarán de forma sostenible. Yasarata et al. (2010) confirma esta hipótesis con su teoría de desarrollo del turismo sostenible. Se asumió que, en la realización de prácticas de turismo comunitario, se considera la participación, manejo de recursos y el bienestar local de una comunidad. Este proceso se llama turismo comunitario (FEPTCE, 2006).

Finalmente, la quinta hipótesis de esta investigación relaciona acciones desempeñadas de RS con objetivos y motivaciones y se verificó en el resultado del coeficiente estimado que se cumple con la significación esperada.

H5: Las Acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos influyen positivamente en los Objetivos y Motivaciones de los emprendedores turísticos.

Los resultados encontrados para H5 corroboran que está confirmada ($\beta=0,277$, $p=0,002$). Esta relación lleva a afirmar que las acciones desempeñadas de RS que realizan los emprendedores turísticos influyen en el planteamiento de objetivos y motivaciones. Se entiende que las acciones del individuo contribuyen al desarrollo de la sociedad (Quijano, 1998) y son las que tienen que ver con los objetivos y motivaciones. Tal como inicialmente respaldaba Backman (1975), a los que se debería conceder importancia en la empresa. De modo que la hipótesis se confirma.

6.7 Consideraciones finales del análisis cuantitativo

En el transcurso de esta investigación surgió la necesidad de reconfigurar las acciones desempeñadas de RS en particular. Esas acciones desempeñadas de RS se corresponden con la realización de prácticas de TC de los pequeños emprendimientos turísticos, condicionando y rediseñando la gestión en la práctica de responsabilidad social. La novedad no está en cuantificar las acciones desempeñadas de RS que realizan los individuos en las comunidades,

sino en el aporte teórico del estudio. Comprendiendo la estrecha relación que tienen las acciones desempeñadas de responsabilidad social en la práctica del turismo comunitario.

Así, las prácticas del turismo comunitario son todas las actividades turísticas responsables que permiten la participación activa de la comunidad, desde la perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y cultural, basados en un principio de equidad y en la distribución de los beneficios locales. De modo que, según Drucker (1984), en las prácticas de turismo comunitario se considera convertir un problema social en una oportunidad económica y en beneficio económico, en capacidad productiva, en competencia humana, en trabajos bien remunerados y bienestar. Además, en la medida en que los outputs organizativos son consistentes con los valores y las expectativas de la sociedad (Lerner y Fryxell, 1988). En este caso, es el individuo quien decide emprender en actividades turísticas. Los autores encuentran en estas actividades un nivel alto de responsabilidad social.

Esta etapa del estudio buscó medir la relación entre cuatro constructos, específicamente, la relación entre las acciones desempeñadas de responsabilidad social, dimensiones de responsabilidad social en los Centros de Turismo Comunitario, influenciada por los objetivos y motivaciones en las prácticas de turismo comunitario, para un desarrollo sostenible. En primer lugar, se hizo necesario diseñar un modelo estructural que hubiera capturado la realidad teórica del tema en estudio y presentarla empíricamente como una realidad. Además, la herramienta utilizada para medir las variables se basó en una investigación exploratoria y confirmatoria. Por tanto, esta contribución se generó en relación a la medición de las acciones desempeñadas de responsabilidad social de los 4 CTC's de la provincia de Santa Elena y por su influencia en las prácticas de turismo comunitario de emprendimientos turísticos.

Los resultados del análisis mostraron indicadores adecuados de organización en los CTC's. Por un lado, están relacionados por las acciones socialmente responsables desempeñadas y dimensiones de responsabilidad social. Por otro, están relacionados con el desarrollo local sostenible. Esa relación con el turismo comunitario se logra de forma directa, a través de las prácticas de turismo comunitario.

En esta etapa del estudio se logró medir tanto las acciones desempeñadas de responsabilidad social que realizan los emprendedores turísticos, así como también se consiguió medir los indicadores que influyen en el desarrollo local sostenible de los CTC (relacionados a su vez con el turismo comunitario). De esta manera, se tiene certeza de que se logró entender el objetivo planteado que era comprender la relación entre responsabilidad social y turismo comunitario, mediante la determinación de las relaciones entre los indicadores involucrados en la relación.

Finalmente, se puede afirmar que fueron muchos los estudios que han intentado comprender el constructo de responsabilidad social solo con investigaciones cuantitativas. En estos estudios se indicaron factores para medir cómo afectan esa variable dependiente. En este caso, no consideraron que en el comportamiento del individuo se deberían explotar además las razones porque emprenden, sus acciones voluntarias y obligaciones personales y, por supuesto, acciones diarias con una mirada multidisciplinar. Todo esto con el fin de encontrar como son las relaciones entre los constructos que conforman el desarrollo local sostenible, atravesando la idea de motivación y buscando comprender la práctica del individuo desde su experiencia.

7. CONCLUSIONES

Todas las experiencias de turismo comunitario discutidas en esta tesis, aunque desarrolladas en contextos diversos y con características específicas que distinguen a unos de otros casos, guardan en común la estrecha vinculación de la actividad turística y la comunidad local, donde se resalta el TC. Es fundamental en la puesta en valor de recursos turísticos bajo el principio básico sobre la participación de la comunidad. Así, la literatura científica concuerda en que el TC o TBC hace referencia a una oferta turística constituida, gestionada y controlada por la misma comunidad y que coloca como principal característica diferenciadora, la distribución equitativa de los beneficios, bajo el paraguas de una economía popular y solidaria.

Se puede concluir que la responsabilidad social mantiene una estrecha relación con las experiencias de TC donde hay evidencia de desarrollo. Este hecho puede estar relacionado con las diversas acciones que el individuo realiza a diario en sus destinos, por el hecho de estar vinculado al turismo. En este caso, esta relación, según Wood (1991), viene dada por la idea que se centra en que los negocios y la sociedad, más que ser entidades distintas se deben unos a otros, por lo tanto, la sociedad tiene ciertas expectativas respecto al comportamiento y los resultados apropiados de las empresas. Y, además, en relación a la responsabilidad social en Ecuador, se nota el interés de implementarlo a través del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES). Así, aplicando un conjunto de prácticas empresariales que contribuyen a la sostenibilidad global. Lo que para Vives (2011) es parte de gestión de la empresa que comprende el conjunto de prácticas responsables adaptadas al contexto empresarial y económico.

De manera general se concluye que el TC en Ecuador es socialmente responsable, debido a que ha logrado un reconocimiento legal como vía para impulsar el turismo sostenible en las comunidades que la practican. Involucrando en su desarrollo a representantes públicos y privados, los propios residentes de las comunidades, los *stakeholders*, y visitantes. Influenciado por un elevado nivel de organización que tienen las comunidades a través de un modelo de gestión social empresarial, con la finalidad de generar impactos positivos y distribuirlos entre todos los miembros de la comunidad, lo que conlleva evidentemente a un pleno desarrollo local.

También se destaca que el TC, además de ser una herramienta que permite mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades locales asentadas en las zonas rurales vulnerables, puede ser para la universidad ecuatoriana, una iniciativa puesta en marcha a través de proyectos de investigación y vinculación con la sociedad, encaminadas al desarrollo integral de ellas, concebidas como parte de una estrategia académica más amplia de desarrollo local y lograr un verdadero reconocimiento como actividad turística en el país.

Otra de las conclusiones a las que se llegó es, que el TBC junto con el TC y la RS en las comunidades, la razón por que la que se realizan es precisamente, porque los individuos quieren que sus localidades y sus recursos sean sostenibles. Al mismo tiempo que ponen en marcha prácticas de democratización interna entre los individuos asociados. El TBC y el TC tienen la característica de involucrar a segmentos de la población que se encuentran en desventaja, tal es el caso de las personas adultas mayores, mujeres y jóvenes. De hecho, el TBC y TC abre espacios (González, 2009) para que estas personas se vinculen a la actividad turística y se sientan útiles frente a un sistema económico que no las considera.

Queda claro que el TBC, está posibilitando la creación de determinados destinos que permiten a las propias comunidades locales generar riqueza como resultado de esta actividad. Entendiéndose que nace tras la necesidad y la creciente preocupación por la sostenibilidad, así, el turismo se configura como una herramienta para poder minimizar las desigualdades sociales, contribuyendo con nuevas posibilidades de empleo, dinamización de la economía o preservando sus recursos naturales.

Se concluye, además, que la práctica del TC, se le atribuye ser una solución para que las comunidades puedan alcanzar un desarrollo local sostenible en el corto plazo tomando en cuenta las acciones, dimensiones, objetivos y motivaciones socialmente responsables desempeñados por los residentes y emprendedores turísticos, debido a que son aspectos determinantes de la sostenibilidad en las comunidades turísticas del Ecuador.

Se identificó también a manera de conclusión que, aunque la RS sea un concepto ampliamente estudiado para las empresas, puede ser trabajado en el TC, para equilibrar el grado de responsabilidad social que deben reflejar tanto actores públicos como privados a la hora de realizar prácticas turísticas con recursos naturales, culturales y humanos. Importante en el contexto de sostenibilidad para preservar de manera urgente lo que aún queda para las futuras generaciones.

Se concluye principalmente, que, de acuerdo al modelo teórico empleado en la investigación, las acciones de RS efectuadas en la gestión de la empresa/comunidad en prácticas responsables, es un modelo de acciones socialmente responsables desempeñadas por los emprendedores turísticos en las comunidades locales, con prácticas de TC. Donde la dimensión de la RS filantrópica es la más destacable en los individuos, porque preservan el medio ambiente para que sea sostenible, por los valores, la cultura, el patrimonio de las comunidades locales son transmitidos por los residentes y los pequeños

emprendedores como ejemplo de mejores condiciones de vida. De la misma forma la dimensión de la RS ética, se destaca por que los individuos realizan acciones que son reconocidas por los residentes, así como los servicios y actividades turísticas en su oferta son organizadas.

Además, aquí se ha manifestado la importancia económica de los emprendimientos turísticos. Ellos minimizan los efectos de estacionalidad y pueden funcionar como indicadores para motivar a otros emprendedores que residen en comunidades próximas. Y no solo eso, si los objetivos y motivaciones de los emprendedores turísticos son fuertes, habrá más posibilidades laborales para los residentes, lo que enfatiza el efecto del turismo comunitario como una actividad turística solidaria.

Finalmente, el haber fundamentado y complementado el estudio de TC en la provincia Santa Elena con una encuesta ha sido una apuesta novedosa, realizada con el fin de profundizar en las distintas variables, y en concreto para medir la RS en los individuos. Es por ello que la utilización de la encuesta en presente tesis doctoral es una contribución al análisis del desarrollo local en el medio rural, un análisis que venía siendo realizado mediante técnicas de tipo cualitativo.

7.1 Recomendaciones

La primera línea de investigación que se debe destacar es la aplicación de esta técnica de medida en otros Centros de Turismo Comunitario, de manera que se pueda contrastar lo encontrado y buscar generalizar los resultados de esta investigación. Otra recomendación es aplicar el mismo cuestionario a otros destinos turísticos (de sol y playa, culturales, rurales, de aventura, de naturaleza, de ecoturismo...) para ratificar que los resultados aquí encontrados pueden ser generalizados a otro tipo de destinos turísticos.

Debido a que el perfil de este segmento turístico es precisamente un emprendedor turístico de la comunidad, en las futuras líneas de investigación se podría utilizar a una muestra también de emprendedores turísticos nacionales, porque seguramente la información que se derive tendrá su valor, sin embargo, hasta ahora no se ha recopilado en la literatura el segmento.

De igual forma, se entiende que los aspectos motivacionales del individuo influyen en su comportamiento responsable. Aquí se destaca otra línea de investigación. Así, adaptar el cuestionario a otros idiomas y aplicar la herramienta con emprendedores turísticos de varias nacionalidades o zonas rurales nos haría comprender el poder de la motivación en la decisión de los emprendimientos. O incluso, entendiendo que aspectos directamente relacionados con la comunidad son también los indicadores, que más influyen en la motivación para la realización de acciones socialmente responsables desempeñadas por emprendedores turísticos en un destino.

Deben ser medidas las acciones y dimensiones desempeñadas de RS de los individuos, en las comunidades que van a realizar emprendimientos turísticos antes de que inicien sus actividades económicas. De igual forma, que las prácticas de TC en las comunidades rurales se midan inmediatamente iniciada la oferta turística, cuando los emprendedores ofrecen sus servicios. Se entiende que así será más visible el compromiso establecido antes y durante las acciones. Sin embargo, cabe señalar que esta línea solo será factible si las instituciones públicas y la universidad trabajan en conjunto con la investigación.

7.2 Limitaciones

Partiendo de un método mixto de análisis con fases de investigación tanto cualitativa como cuantitativa, hemos destacado el punto de vista de la investigadora no solo con las limitaciones de la investigación, sino con los

aspectos que han direccionado esta investigación. Destacamos que fue una limitación el control no total de la técnica de realización de las primeras entrevistas, en función del tiempo.

Si bien las primeras entrevistas realizadas pueden no haberse realizado como se esperaba para una investigación de esta magnitud, sus resultados fueron analizados y validados por la teoría que trata el segmento estudiado. Esto aporta nos da tranquilidad en relación con las variables recogidas en esa fase y utilizadas en la siguiente, la cuantitativa.

Además, si bien se pretendió que en el trabajo existían un mínimo de aspectos que limitaban el proceso de la investigación, esa es una característica que huye del control de la investigadora. Si bien se considera que en esta investigación se trabajó en un tamaño muestral satisfactorio (321 respuestas), se entiende que esto podría mejorarse. Sin embargo y con el fin de no incurrir en errores que perjudiquen al modelo propuesto, se realizaron todos los estudios relacionados con la unidimensionalidad y confiabilidad de los datos.

Otra limitación, aunque teóricamente nada destacable, sería la medición, al mismo tiempo, de las variables que componen la RS y TC. No se preguntó sobre el plan de vida que tiene la comunidad, sino sobre motivación hacia la decisión de emprender, entendiendo, por tanto, que dicha medición podría realizarse en cualquier momento posterior a la ejecución.

De igual forma, en el análisis de las prácticas de turismo comunitario se decidió preguntar sobre el desarrollo sostenible de la comunidad referente a los objetivos y motivaciones que tienen, entendiendo el riesgo de que todas las prácticas de turismo puedan influir en las respuestas. Sin embargo, y pensando también en minimizar las posibles distorsiones que se correrían en la investigación, el cuestionario se organizó de tal forma que la persona que respondió siempre tuvo en cuenta que en un principio estaba respondiendo sobre un emprendimiento turístico de turismo comunitario.

8. CONCLUSÕES

Todas as experiências de TC abordadas nesta tese, embora desenvolvidas em contextos diversos e com características específicas que as distinguem, têm em comum a estreita ligação entre a atividade turística e a comunidade local, onde se destaca o TC. É essencial a valorização dos recursos turísticos sob o princípio básico da participação da comunidade. Assim, a literatura científica concorda que o TC ou TBC se refere a uma oferta turística constituída, administrada e controlada por uma mesma comunidade e que coloca como principal característica diferenciadora, a distribuição equitativa de benefícios, sob o guarda-chuva de uma economia popular e solidaria.

Pode-se concluir que a responsabilidade social mantém uma relação estreita com as experiências de TC, onde há evidências de desenvolvimento. Esse fato pode estar relacionado às diversas ações que o indivíduo realiza diariamente em seus destinos, pelo fato de estarem vinculadas ao turismo. Nesse caso, essa relação, segundo Wood (1991), é dada pela ideia de que empresas e sociedade, mais do que entidades distintas, se devem umas as outras, portanto, a sociedade tem certas expectativas em relação ao comportamento e resultados adequados das empresas. E, além disso, em relação à responsabilidade social no Equador, destaca-se o interesse em implementá-la por meio do Consórcio Equatoriano de Responsabilidade Social (CERES). Assim, aplicando um conjunto de práticas empresariais que contribuem para a sustentabilidade global. O que para Vives (2011) é parte da gestão da empresa que inclui o conjunto de práticas responsáveis adaptadas ao contexto empresarial e econômico.

Em geral, conclui-se que o TC no Equador é socialmente responsável, pois conquistou reconhecimento jurídico como forma de promover o turismo

sustentável nas comunidades que o praticam. Envolvendo representantes públicos e privados, os próprios residentes das comunidades, os *stakeholders* e visitantes. Influenciado pelo alto nível de organização que as comunidades possuem por meio de um modelo de gestão social empresarial, de forma a gerar impactos positivos e distribuí-los entre todos os membros da comunidade, o que obviamente leva ao pleno desenvolvimento local.

Também se destaca que o TC, além de ser uma ferramenta que permite melhorar as condições socioeconômicas das comunidades locais assentadas em áreas rurais vulneráveis, pode ser para a universidade equatoriana, uma iniciativa lançada por meio de projetos de pesquisa e vínculos com a sociedade, visando o seu desenvolvimento integral, concebida como parte de uma estratégia acadêmica mais ampla de desenvolvimento local e de alcançar o verdadeiro reconhecimento como atividade turística no país.

Outra das conclusões a que se chegou é que o TBC juntamente com o TC e a RS nas comunidades, a razão pela qual a realizam é justamente porque os indivíduos desejam que suas localidades e seus recursos sejam sustentáveis. Ao mesmo tempo, desenvolvem práticas de democratização interna entre os associados. O TBC e o TC têm a característica de envolver segmentos da população desfavorecidos, como é o caso de idosos, mulheres e jovens. De fato, o TBC e o TC abrem espaços (González, 2009) para que essas pessoas ingressem na atividade turística e se sintam úteis diante de um sistema econômico que não os considera.

Fica claro que o TBC está possibilitando a criação de determinados destinos que permite às próprias comunidades locais gerar riquezas em decorrência dessa atividade. Entendendo que nasce da necessidade e da crescente preocupação com a sustentabilidade, assim, o turismo configura-se como uma ferramenta para minimizar as desigualdades sociais, contribuindo

com novas possibilidades de emprego, revitalizando a economia ou preservando seus recursos naturais.

Conclui-se também que a prática do TC é atribuída como uma solução para as comunidades alcançarem o desenvolvimento local sustentável a curto prazo, tendo em conta as ações, dimensões, objetivos e motivações socialmente responsáveis realizadas por residentes e empreendedores do turismo, porque são aspectos determinantes da sustentabilidade nas comunidades turísticas do Equador.

Também foi identificado como conclusão que, embora a RS seja um conceito amplamente estudado para as empresas, pode ser trabalhado no TC, para equilibrar o grau de responsabilidade social que os atores públicos e privados devem refletir na realização das práticas turísticas com recursos naturais, culturais e humanos. Importante no contexto da sustentabilidade para preservar com urgência o que resta para as gerações futuras.

Conclui-se principalmente que, de acordo com o modelo teórico utilizado em nossa investigação, as ações de RS realizadas na gestão da empresa / comunidade em práticas responsáveis, é um modelo de ações socialmente responsáveis realizadas por empreendedores turísticos em comunidades locais, com as práticas de TC. Onde a dimensão da RS filantrópica é mais marcante nos indivíduos, pois preservam o meio ambiente para que seja sustentável. Os valores, a cultura e o patrimônio das comunidades locais são transmitidos pelos moradores e pequenos empresários, devido serem exemplo de melhores condições de vida. Da mesma forma, a dimensão da RS ética se destaca porque os indivíduos realizam ações reconhecidas pelos residentes, organizam os serviços e as atividades turísticas em sua oferta.

Além disso, aqui se manifestou a importância econômica dos empreendimentos turísticos. Eles minimizam os efeitos da sazonalidade e podem funcionar como indicadores para motivar outros empresários que

residem em comunidades próximas. E não só isso, se os objetivos e motivações dos empresários turísticos forem fortes, haverá mais oportunidades de trabalho para os residentes, o que enfatiza o efeito do turismo comunitário como atividade de turismo solidário.

Por fim, ter fundamentado e complementado o estudo de TC na província de Santa Elena com uma pesquisa foi uma aposta nova, realizada com o objetivo de aprofundar as diferentes variáveis e, especificamente, para medir RS nos indivíduos. É por isso que o uso da pesquisa em nossa tese de doutorado é uma contribuição para a análise do desenvolvimento local no meio rural, uma investigação que vinha sendo realizada por meio de técnicas qualitativas.

8.1 Recomendações

A primeira linha de investigação que deve ser destacada é a aplicação desta técnica de medição em outros Centros de Turismo Comunitário, para que o que foi encontrado possa ser contrastado e os resultados desta investigação possam ser generalizados. Outra recomendação é aplicar o mesmo questionário a outros destinos turísticos (sol e praia, cultural, rural, aventura, natureza, ecoturismo...) para confirmar que os resultados aqui encontrados podem ser generalizados para outros tipos de destinos turísticos.

Como o perfil deste segmento turístico é justamente o do empreendedor de turismo comunitário, futuras linhas de pesquisa também poderão utilizar uma amostra de empreendedores turísticos nacionais, pois certamente a informação derivada terá seu valor, porém, até o momento, o segmento não foi compilado na literatura.

Da mesma forma, entende-se que os aspectos motivacionais do indivíduo influenciam seu comportamento responsável. Outra linha de pesquisa se destaca aqui. Assim, adaptar o questionário para outras línguas e aplicar a ferramenta a

empreendedores do turismo de várias nacionalidades ou zonas rurais permitiria compreender o poder de motivação na decisão dos empreendimentos. Ou ainda, compreender que aspectos diretamente relacionados à comunidade também são os indicadores que mais influenciam na motivação para a realização de ações socialmente responsáveis por empreendedores turísticos em um destino.

As ações e dimensões de RS efetivadas pelos indivíduos devem ser medidas nas comunidades que vão realizar empreendimentos turísticos, antes de iniciarem suas atividades econômicas. Da mesma forma, as práticas de TC em comunidades rurais são medidas imediatamente após o início da oferta turística, quando os empresários oferecem seus serviços. Entende-se que isso tornará mais visível o compromisso firmado antes e durante as ações. Porém, deve-se destacar que essa linha só será viável se as instituições públicas e a universidade trabalharem em conjunto com a investigação.

8.2 Limitações

Partindo de um método misto de análise com fases de pesquisa qualitativa e quantitativa, destacamos o ponto de vista do pesquisador não apenas com as limitações da pesquisa, mas com os aspectos que a nortearam. Destacamos que foi uma limitação o controle no total da técnica de realização das primeiras entrevistas, em função do tempo.

Embora as primeiras entrevistas realizadas possam não ter ocorrido conforme o esperado para uma investigação desta magnitude, seus resultados foram analisados e validados pela teoria que trata do segmento estudado. Isso nos dá tranquilidade em relação às variáveis coletadas naquela fase e utilizadas na próxima, a quantitativa.

Além disso, embora se afirmasse que havia no trabalho um mínimo de aspectos que limitavam o processo de pesquisa, essa é uma característica que

escapa ao controle da investigadora. Embora se considere que esta pesquisa trabalhou com um tamanho amostral satisfatório (321 respostas), entende-se que isso poderia ser melhorado. Porém, para não incorrer em erros que pudessem prejudicar o modelo proposto, foram realizados todos os estudos relacionados à unidimensionalidade e confiabilidade dos dados.

Outra limitação, embora teoricamente não notável, seria a mensuração, ao mesmo tempo, das variáveis que compõem a RS e o TC. Não houve questionamento sobre o projeto de vida que a comunidade possui, mas sim sobre a motivação para a decisão de empreender, entendendo-se, portanto, que tal medição poderia ser realizada a qualquer momento após a execução.

Da mesma forma, na análise das práticas de turismo comunitário, optou-se por indagar sobre o desenvolvimento sustentável da comunidade quanto aos objetivos e motivações que possuem, entendendo o risco de que todas as práticas turísticas influenciem nas respostas. Porém, e também pensando em minimizar as possíveis distorções que surgissem na investigação, o questionário foi organizado de forma que o respondente sempre levasse em conta que no início estava respondendo sobre um empreendimento turístico de turismo comunitário.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. y Badii, M. (2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *Daena International Journal of Good Conscience*. 2(1), 54 – 70.
- Acción RSE (2017). <http://www.accionrse.cl/contenidos.php?id=44yque-es-la-RSE.htm>. Recuperada el 3 de mayo de 2018.
- Acción RSE (2018). <http://www.accionrse.cl/contenidos.php?id=44&que-es-la-RSE.htm>. Recuperada el 20 de diciembre de 2018.
- Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. AECID. Recuperada el 19 de marzo, 2019 <https://www.aecid.es/ES/la-aecid>
- Albort-Morant, G. Henseler, J., Cepeda-Carrión, G. y Leal-Rodríguez, A.L. (2018). Potential and Realized Absorptive Capacity as Complementary Drivers of Green Product and Process. *Innovation Performance, sustainability*, 10(381), 1-20.
- Al-Oun, S. y Al-Homoud, M. (2008). The potential for developing community-based tourism among the Bedouins in the Badia of Jordan. *Journal of Heritage Tourism*, 3(1), 36-54.
- Alaeddinoglu, F. y Can, A. (2011). Identification and classification of nature-based tourism resources: Western Lake Van basin, Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 19, 198-207.
- Alejandro, A. (2019). Barreras a la innovación de los procesos de producción de las artesanías elaboradas en la comuna Libertador Bolívar, provincia de Santa Elena. Trabajo de Titulación en opción al título en gestión y desarrollo turístico. Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México – ALIARSE (2018). <http://www.aliarse.org.mx/>. Recuperada el 18 de diciembre de 2018.

- Allendorf, T.; Swe, K., Oo, T., Htut, Y. y Aung, M. (2006). Community attitudes towards three protected areas in Upper Myanmar (Burma). *Environmental Conservation* 33(4), 344–352.
- Alvarado, A. (2008). Responsabilidad Social Empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia.
- Alvarado, A., Bigné, E., Currás R. y Sánchez, I. (2011). Epistemological evolution of corporate social responsibility in management: An empirical analysis of 35 years of research. *African Journal of Business Management*, 5 (6), 2055-2064.
- Alvear, C.; De Cruz, C. y Miranda, P. (2017). O campo da engenharia e desenvolvimento social no Brasil. *Revista Tecnologia e Sociedade*, 13(27), 188-207.
- Alwyn, L., y Kiyoteru, T. (2012). Globalization and commitment in corporate social responsibility: Cross-national analyses of institutional and political-economy effect. *American Sociological Review*, 77(1), 69-98.
- Andino, V. (2013). Políticas públicas para la economía social y solidaria. Caso de estudio de Ecuador. Ecuador. MESSE.
- Anhalzer, G. (2011). Corazón de islas Islas Corazón y Fragatas. *Revista Terra Incógnita*, 36-41.
- Amartya K. Sen (1997). From Income Inequality to Economic Inequality. *Southern Economic Journal*. 64, (2), 383-401.
- Andrews, R. (1987). *The concept of corporate strategy*. (3rd ed.). Homewood, IL: H. Dow Jones – Irwin.
- Angelidis, J. e Ibrahim, N. (1993). Social demand and corporate supply: a corporate social responsibility model. *Review of Business*, 15(1), 7-10.
- Aparicio, A. (1997). *Urbanismo, política territorial y reanimación económica de la provincia de Cuenca (1975-1990)*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca.

- Argandoña, A. y Hoivik, H. (2009). Corporate Social Responsibility: One Size Does Not Fit All. Collecting Evidence from Europe. *Journal of Business Ethics*, 89, 221-234
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas AECA (2017). <http://www.aeca.es/comisiones/rsc/rsc.htm>. Recuperada el 3 de diciembre de 2018.
- Argandoña, A. y Silva, R. (2011). *ISO 26000, Una Guía para la Responsabilidad Social de las Organizaciones*. España: IESE Business School. [ase=/dmaah/tpl/topbottom.xslt](http://www.aeca.es/comisiones/rsc/rsc.htm). Recuperada el 20 de diciembre de 2018.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas AECA (2018). <http://www.aeca.es/comisiones/rsc/rsc.htm>. Accesada el 3 de diciembre de 2018.
- Asensio, R. y Caverio Castillo, M. (2013). *El parque de la papa de Cusco: claves y dilemas para el escalamiento de innovaciones rurales en los Andes (1998-2011)*. Lima: IEP. Recuperado a partir de <http://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/222>.
- Ashley, C., Roe, D. y Goodwin, H. (2001). Pro-Poor Tourism Strategies: *Making Tourism Work for the Poor*. Pro-Poor Tourism Report No.1. Overseas Development Institute, London. Nottingham: Russell Press.
- Ashley, P. (2002): *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo, Saraiva.
- Ashworth, G. (2000). *Heritage, Tourism and Places: A Review*. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 19-29.
- Asociación Nacional de Industriales y Empresarios de Colombia – ANDI (2018). <http://www.andi.com.co/pages/comun/comite.aspx?Id=1yTipo=1>. Recuperada el 18 de diciembre de 2018.
- Atehortúa-Hurtado, A. (2008). Responsabilidad social empresarial: Entre la ética discursiva y la racionalidad técnica. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, 62, 125-140.

- Azuara, A. y Curiel, J. (2019). Recomendaciones y propuestas de mejora para los destinos culturales de carácter rural: El caso de estudio de la Villa del Libro de Urueña (Valladolid). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 17(1) 25-38.
- Backman, J. (1975). *Social Responsibility and accountability*. New York: New York. University, Press.
- Bakker, A.; Demerouti, E. y Euwema, M. (2005). Job Resources Buffer the Impact of Job Demands on Burnout. *Journal of Occupational Health Psychology*. 10 (2), 170–180.
- Ballantyne, R.; Packera, J. y Axelsen, M. (2009). Trends in Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 149-152.
- Baloglu, S. y Mccleary, K. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Banco Interamericano de Desarrollo – BID (2018). <http://www.iadb.org/es/temas/responsabilidadsocial/empresarial/responsabilidad-social-empresarial,1622.html>. Recuperada el 8 de diciembre de 2018.
- Banco Mundial – BM (2018). <http://espanol.doingbusiness.org/>. Recuperada el 8 de diciembre de 2018.
- Bañón, A. Guillén, M. Hoffman W. y McNult. R. (2011). Fundamento ético de la sostenibilidad. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 9, Fundación Luis Vives.
- Basil, D. y Weber, D. (2006). Values motivation and concern for appearances: the effect of personality traits on responses to corporate social responsibility. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11(1), 61.
- Bass, B. y Steidlmeier, P. (1999). Ethics, Character, and Authentic Transformational Leadership Behavior. *The Leadership Quarterly* 10, 181–217.

- Barclay, M. y Clifford, S. (1995). The maturity structure of corporate debt, *Journal of Finance*, 50, 609-632.
- Barrera, E. y Muñoz, R. (2003). Manual de turismos rurales para micro, pequeños y medianos empresarios rurales. Buenos Aires.
- Bauer, C. (2002). Contra la corriente: Privatización, mercados de agua y el estado en Chile. Santiago: Lom Ediciones
- Bernal, M. (2010). *Ética ambiental una responsabilidad social*. Recuperado el 10 de febrero 2019 de
- Bieńkiewicz, M. (2008). Społeczna odpowiedzialność biznesu CSR jakonarzędzie budowy przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Working Paper, 2.
- Bigné, E.; Font, X. y Andreu, L. (2000). Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo. Madrid: ESIC Editorial.
- Bigné, E., Chumpitaz, R., Andreu, L. y Swaen, V. (2005). Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural. *Universia Business Review*, (5), 14-27.
- Bigné, E.; Alvarado, A.; Currás, R.; y Rivera, J. (2010). Latest evolution of academic research in corporate social responsibility: An empirical analysis. *Social Responsibility Journal, Emerald Group Publishing*, 6, 332-344.
- Bigné, E., Sánchez, I. y Currás, R. (2007). El papel de la imagen del destino en la valoración y comportamiento postcompra del turista de sol y playa. *Papers de Turisme* 42, 57-73.
- Blackstock, L., White, V., McCrum, G., Scott, A. y Hunter, C. (2008). Measuring responsibility: an appraisal of a Scottish National Park's sustainable tourism indicators. *J. Sustain. Tour.* 16 (3), 276-297.
- Boatright, R. (2000). *Ethics and the Conduct of Business*, 3rd Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

- Bohdanowicz, P. (2006). Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries—survey results. *International Journal of Hospitality Management* 25,662–682.
- Bohdanowicz, P. y Zientara, P. (2008). Corporate Social Responsibility in Hospitality: Issues and Implications. A Case Study of Scandic. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(4), 271–293.
- Bollen, K. (2007). Interpretational confounding is due to misspecification, no to type of indicator: comment on Howell, Breivik and Wicox (2007), *Psychological Methods*, 12(2), 219-228.
- Boo, E. (1990). Ecotourism: The potential and Pitfalls. Wickersham Printing Company, Washington, DC.
- Borman, R. (1999). Cofan: Story of the Forest People and the Outsiders. *Cultural Survival Quarterly*, 23, 48–50.
- Borsbom, D. Mellenbergh, G. J. y Van Heerden, J. (2003). The theoretical status of latent variables. *Psychological Review*. 110(2), 203-219.
- Bote, V. (1988). Turismo en espacio rural. *Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Ed. Popular, Madrid.
- Boullón R. (2002). Proyectos Turísticos, metodologías para acertar sin errores. Argentina: Ediciones turísticas, temas de turismo.
- Bovarnick, A. y Gupta, A. (2003). Local Business for Global Biodiversity Conservation: *Improving the Design of Small Business Development Strategies in Biodiversity Projects*. New York: United Nations Development Programme.
- Boyd, H.; Westfall, R. y Stasch, S. (1989). Marketing Research. Text and Cases. Ed. 7, Illinois: Richard Irwin.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Nueva York: Harper.
- Bowling, M. (1992). Illinois Rural Tourism: Do Rural Areas Benefit from Increases in Travel Expenditures Small Town, 22 (4), 19-26.

- Boxenbaum, E. (2006). Corporate social responsibility as institutional hybrids. *Journal of Business Strategies*, 23(1), 45-63.
- Braun, V., y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77–101.
- Bretón, V. (1 997) Capitalismo, reforma agraria y organización comunal en los Andes. Una introducción al caso ecuatoriano, España: Espai/Temps 29, Edicions de la Universitat de Lleida.
- Brown, J. y Dacin, A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84.
- Brunet, N. (2016). Local participation and partnership development in Canada's Arctic research: challenges and opportunities in an age of empowerment and self-determination. *Polar Record* 52(264), 345–359.
- Bryman, A. (1989). Research methods and organisational studies. Londres: Unwin Hyman.
- Burton, K. y Hegarty, H. (1999). Some determinants of student corporate social responsibility orientation. *Business and Society*, 38(2), 188-205.
- Business for Social Responsibility - BSR y GlobeScan (2011). *State of Sustainable Business*.
- Business for Social Responsibility - BSR y GlobeScan (2012). *State of Sustainable Business*.
- Business for Social Responsibility - BSR y GlobeScan (2013). *State of Sustainable Business*.
- Business for Social Responsibility – BSR (2018). Recuperada el 8 de diciembre de 2018.
- Businessin the Community – BITC (2018). http://www.bitc.org.uk/issues/what_is_responsible_business/index.html. Recuperada el 6 de diciembre de 2018.
- Byrne, B. (2008). Testing for multigroup equivalence of a measuring instrument: A walk through the process. *Psicothema*, 20(4), 872-882.

- Cabanilla, E. y Garrido, C. (2018). *El Turismo Comunitario en Ecuador: Evolución, problemática y desafíos*. UIDE. Universidad Internacional del Ecuador.
- Cabanilla, E. (2017). Configuración socio-espacial del turismo comunitario: caso República del Ecuador (Tesis Doctoral). Universidad Nacional del Sur, Argentina. Recuperada el 1 de marzo 2019 de: <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/3430>
- Cadena, G. y Cabrera, E. (2012). Turismo Comunitario...¿Desarrollo o utopía? Caso la Esperanza. *Revista Kalpana*, 42–49.
- Calderón, E. (2018). Turismo Rural Comunitario como elemento revalorizador del territorio: el papel desempeñado por los actores socioeconómicos e institucionales en varias iniciativas turísticas de Costa Rica. Tesis Doctoral. Universidad de Córdoba. España.
- Calveras A. y Ganuza J. (2009). Responsabilidad Social Corporativa. Una visión desde la Teoría Económica. *Cuadernos ICE*, 76, 101-118.
- Cánoves, G., Villarino, M. y Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad. *Boletín de la AGE*, 41, 199-217.
- Cañada, E. (2008). *Impacto del turismo en los países del Sur y turismo rural comunitario*. Material de apoyo. Foro Turismo Responsable. Fundación Luciérnaga. España.
- Cañada, E. (2015). La comercialización del turismo comunitario en América Latina. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 41(1) [En línea]. Disponible en <https://doi.org/10.15517/AECA.V41I1.21845>, [4 de julio de 2019]
- Carlos, F.; Teixeira, W.; Oliveira, K. y Queiroz, K. (2019). O Método Qualitativo Norteando a pesquisa social. *Holos*, 35, 47-52.
- Carrigan, M. y Attalla, A. (2001). The myth of the ethical consumer - do ethics matter in purchase behaviour? *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 560-577.

- Carroll, A. (1978). Setting operational goals for corporate social responsibility. *Long Range Planning*, 11(2), 35-38.
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. (1983). Corporate social responsibility: will industry respond to cutbacks in social program funding? *Vital Speeches of the Day*, 49, 604-608.
- Carroll, A. (1987). *In Search of the Moral Manager*. *Business Horizons*, 7-15.
- Carroll, A. (1998). Social Responsibility. En: *Encyclopedic Dictionary of Business Ethics*, Werhane and Freeman, 593-595. Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Carroll, A. (1998). The four faces of corporate citizenship. *Business y Society Review*, (100/101), 1-7.
- Carroll, A. (1999). Corporate Social Responsibility. *Evolution of a Definitional Construct*. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- Carroll, A. (2000). A commentary and an overview of key questions on corporate social performance measurement. *Business y Society*, 39(4), 466-479.
- Carroll, A. (2000). Ethical challenges for business in the new millennium: Corporate social responsibility and models of management morality. *Business Ethics Quarterly*, 10(1), 3342.
- Carpentier, J. (2011). Tourisme communautaire, conflits internes et développement local. Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines, 349-373. Recuperada el 26 de marzo del 2019 de <http://f-origin.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/1194/Carpentier-IFEA-40-2.pdf>
- Casado, F. y Roser, I. (2009). *La RSE de la empresa española en América Latina*. Fundación Caroina-CeAlci. Documento de Trabajo No 34. Madrid.

- Casas Jurado, A., Soler Domingo, A. y Jaime Pastor, V. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). *Cuadernos de Turismo*, (30), 91-108.
- Castleden, H. y Garvin, T. (2008). Modifying photovoice for community-based participatory indigenous research. *Social Science and Medicine*, 66(6), 1393–1405.
- Castillo, E. (2017). Turismo consciente: conceptualización y potencialidades para el desarrollo turístico. Análisis desde la perspectiva de la demanda turística internacional en la ciudad de Quito. Tesis Doctoral. Departamento de Economía Aplicada. Universidad Santiago de Compostela.
- Center for Creative Leadership (2009). Corporate Social Responsibility and Sustainable Business. A Guide to Leadership Tasks and Functions. CCL Press. Greensboro, North Carolina.
- Center for Creative Leadership (2018). <http://www.ccl.org/leadership/index.aspx?v=1.1>. Recuperada el 15 de diciembre de 2018.
- Centro Internacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad RS (2018). <http://www.cirs.org.co/>. Recuperada el 18 de diciembre de 2018.
- Centro Mexicano de Filantropía – CEMEFI (2018). <http://www.cemefi.org/proyectos/responsabilidad-social-empresarial.html> Recuperada el 18 de diciembre de 2018.
- Cepeda-Carrión, G., Henseler, J., Ringle, C. y Roldán, J. (2016). Prediction-oriented modeling in business research by means of PLS path modeling: introduction to a JBR special section, *Journal of Business Research*, 69(10), 4545-4551.
- Cerón, H. y Sánchez, Y. (2009). El impacto del turismo en la pobreza del México rural: un análisis a nivel de hogar, *Análisis del turismo SECTUR*, 4: 5-26.

- Chakravarty, S. e Irazábal, C. (2011). Golden geese or white elephants? The paradoxes of world heritage sites and community-based tourism development in Agra, India. *Community Development*, 42(3), 359-376.
- Chan, C.-S., y Marafa, L. M. (2016). The green branding of Hong Kong: Visitors' and residents' perceptions. *Journal of Place Management and Development*, 9(3), 289-312.
- Chavarría, C. (2009). *Estudio sobre turismo rural en Costa Rica*. IICA. San José, Costa Rica. Documento de trabajo.
- Chias, J. (2006). Turismo: o negócio da felicidade: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. SP: SENAC.
- Chiappa, D., Grappi, S. y Romani, S. (2016). Attitudes toward responsible tourism and behavioral change to practice it: A demand-side perspective in the context of Italy. *Journal of Quality Assurance in Hospitality y Tourism*, 17(2), 191-208.
- Chidakel, A. (2011). *Conservation attitudes and community-based natural resource management in an understocked game management area of Zambia*, FIU electronic theses and dissertations, Paper 450, viewed 10 August 2011, from <http://digitalcommons.fiu.edu/etd/450>
- Chin, W. (1998). *The partial least squares approach to structural equation modeling*, in Marcoulides, G.A. (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, 295-358.
- Chin, W. (1998b). *Modern Methods for Business Research*. Lawrence Erlbaum, New Jersey, 295-336.
- Chin, W.W. y Newsted, P. R. (1999). *Structural equation modeling analysis with small samples using partial least square*, en R. H. Holey an H. Rick (eds): *Statistical Strategies for small Sample Research*, Sage, Thousand Oaks, California, 307-341.
- Chong, W. (2003). *The Role of Pricing in Relationship Marketing - A Study of the Singapore Heavy Equipment Spare Parts Industry*, PhD Dissertation, International Graduate School of Management, University of South Australia.

- Chumaceiro, A. (2013). *Políticas internacionales, nacionales y políticas públicas tributarias en Venezuela como promotoras de la responsabilidad social de las empresas*. Tesis de Grado. Doctorado en Ciencias Políticas. Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín. Venezuela.
- Chumaceiro, A. y Hernández, J. (2016). Países generadores de políticas públicas para el fomento de la cultura empresarial dirigida hacia la responsabilidad social. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*. 18(1), 103-120
- Churchill, A., (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.
- Cioce, C.; Bona, M. y Ribeiro, F. (2007). Community tourism: *montanhabeija-flor dourado pilot project (microbasin of the sagrado river, Morretes, Paraná)*, Turismo-Visao e Ação, 9(2), 249-266.
- Clarkson, E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review* 20(1), 92–117.
- Coba, E.; Díaz, J.; Zurita, E. y Proaño, P. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas del Ecuador. *Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero Ingeniería Industrial*. Actualidad y Nuevas Tendencias, Universidad de Carabobo 18, 23-44.
- Cochran, P. (2007). The evolution of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 50(6), 449-454.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences (Department of Psychology. University of New York. Ed.)* New York: Routledge.
- Coles, T., Fenclova, E., y Dinan, C. (2013). Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda. *Tourism Management Perspectives*, 6, 122–141.
- Colvin, J. (1996). Ecoturismo indígena: El programa Capirona en la provincia de Napo, Ecuador. FAO.

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL - División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. (2017). <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/4/13894/P13894.xml&xml=/dmaah/tpl/p9f.xsl&base=/dmaah/tpl/top-bottom.xsl>. Recuperada el 4 de mayo de 2018.
- Comisión Europea (2001). Libro Verde: *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Comisión Europea. (<https://goo.gl/XPA9jK>).
- Comisión Europea. (2003). ABC of the main instruments of corporate social responsibility.
- Comisión Europea. (2004). Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility.
- Comisión Europea. (2011). *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la Responsabilidad Social de las Empresas*. Comunicación de la Comisión. Bruselas.
- Comisión Europea. (2018). Recuperado el 4 de noviembre de 2018. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=es&catId=656>.
- Comisión Europea. (2002). La Responsabilidad Social de las Empresas: Una contribución Empresarial al Desarrollo Sostenible. Comunicación de la Comisión. Bruselas.
- Comisión Europea. (2006). Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la Responsabilidad Social de las Empresas. Comunicación de la Comisión. Bruselas.
- Comunicación de Responsabilidad y Sustentabilidad Empresarial – COMUNICARSE (2017) <http://www.comunicarseweb.com.ar/?page=ampliadayid=3>. Recuperado el 4 de noviembre de 2018.

- Consejo Empresarial para El Desarrollo Sostenible de América Latina – CEDSAL (2019). <http://www.ceads.org.ar/publicaciones/publicacion-16.htm>. Recuperada el 4 de febrero de 2019.
- Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social- CERES (2018). <http://www.redceres.org/quienes-somos-2/>. Recuperado el 18 de diciembre de 2018.
- Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social- CERES (2019). <http://www.redceres.org/quienes-somos-2/>. Recuperado el 4 de febrero de 2019.
- Corbetta, P. (2003). *Metodologías y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Corbetta, P. (2007). *Metodologías y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Coriolano, L. (2017). El turismo comunitario en el nordeste brasileño. *Gesttur*, 27, 08-21.
- Corporate Knights (2018). <http://www.corporateknights.com/>. Recuperado el 24 de diciembre de 2018.
- Corporate Social Responsibility Initiative – CSRI (2019). <http://www.hks.harvard.edu/m-rcbg/CSRI/>. Recuperado el 4 de enero de 2019.
- Corporate Watch (2018). <http://www.corporatewatch.org/>. Recuperado el 30 de diciembre de 2018.
- Correa, M., Flynn S., y Amit, A. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: *una visión empresarial*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Creswell, J. (2007). *Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 2 ed. Porto Alegre: Artmed.
- CSR Europe (2019). <http://www.csreurope.org/>. Recuperado el 2 de enero de 2019.

- Currie, J. (2001). Towards sustainable conservation: Community perceptions of game reserves in the Maputoland Region of South Africa: *Comparative case studies of Phinda and Mkhuze Game Reserves*, Master of Sustainable Environmental Management thesis, Middlesex University.
- Davidson, P. y Griffin. W. (2000). *Management: Australia in a global context*. Wiley, Brisbane.
- Davis, D. (1976). Self-disclosure in an acquaintance exercise: Responsibility for levels of intimacy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 787-792.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore corporate social responsibilities? *Management Review*, 2, 70-76.
- Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessman owe to society? *Business Horizons*, 10, 45-50.
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16, 312-322.
- Davis, K. y Blomstrom R. (1966). *Business and its Environment* (New York, McGraw-Hill).
- Delemos, L. (2006). Community-based participatory research: Changing scientific practice from research on communities to research with and for communities. *Local Environment*, 11(3), 329-338.
- Delisle, M. y Jolin, L. (2011) ¿Es posible otro turismo? Ética, protagonistas, conceptos, dificultades, buenas prácticas, recursos, vol. 1. Costa Rica. FLACSO.
- Delgado, J. y Gutiérrez, J. (1994). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis
- Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial – DERES (2018). <http://www.deres.org.uy/home/que-es-rse.php>. Recuperada el 4 de diciembre de 2018.

- Diamantopoulos, A. (1999). Export performance measurement: reflective versus formative indicator. *International Marketing Review*, 16(6), 444-457.
- Diamantopoulos, A. y Thatcher, N. (2009). Export performance measurement: reflective versus formative indicators. *International Marketing Review*, 16(6), 444-457.
- Diamantopoulos, A., Sarstedt, M., Fuchs, C., Wilczynski, P. y Kaiser, S. (2012). Guidelines for choosing between multi-item and single-item scales for construct measurement: a predictive validity perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 434-449.
- Díaz, I. (2010). Ecoturismo comunitario y género en la reserva de la biosfera de los Tuxtlas (México). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 151-165.
- Dijkstra, T. y Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling, *MIS Quarterly*, 39(2), 297-316.
- Dirven, (2010). El empleo rural no agrícola y la disminución de la pobreza rural. ¿Qué sabemos en América Latina en 2010? Documento de Trabajo N° 91 Programa Dinámicas Territoriales Rurales. Rimisp –Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Doane, D. (2005). Beyond corporate social responsibility: *minnows, mammoths and markets*. Futures. Estados Unidos. 37, 215-229.
- Domínguez-Gómez, J. y González-Gómez, T. (2017). Analysing stakeholders' perceptions of golf-course-based tourism: A proposal for developing sustainable tourism projects. *Tourism Management*, 63, 135-143.
- Donalson, T. (1982). *Corporations and Morality*. New Jersey. Englewood Cliffs. Prentice Hall.
- Dredge, D. (2010). Place change and tourism development conflict: Evaluating public interest. *Tour Manage* 31(1), 104–112.

- Driver, M. (2006). Beyond the stalemate of economics versus ethics: corporate social responsibility and the discourse of the organizational self. *Journal of Business Ethics*, 66(4), 337-356.
- Drucker, F. (1992). *The New Society of Organizations*. Harvard Business Review.
- Drucker, P. (1977). *An Introductory View of Management*, Harper College Press, New York, NY.
- Drucker, P. (1984). The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.
- Duarte, R. (2000). Los programas europeos LEADER: una apuesta por el desarrollo rural. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, Universidad de Zaragoza, 4(14), 149-158.
- Durán, A. (2005). *Análisis del proceso de elaboración e implantación de instrumentos de Responsabilidad Social Corporativa*. Tesis Doctoral. Universidad Carlos III de Madrid.
- Dyer, P.; Aberdeen, L. y Schuler, S. (2003). Tourism impacts on an Australian indigenous community: a Djabugay case study. *Tourism Management*, 24(1), 83-95.
- Eberhard-Harribey, L. (2006). Corporate social responsibility as a new paradigm in the European policy: how CSR comes to legitimate the European regulation process. *Corporate Governance*, 6(4), 358-368.
- Eells, C. y Walton, C. (1974). *Conceptual Foundations of Business* (3rd ed.) (Burr Ridge, IL, Irwin).
- Elkington, J. (2004). Biting the bullet points. In *European Business Forum* (Ed.), EBF on corporate social responsibility. London: EBF.
- Elkington, J. (2010). ¿Qué es sostenibilidad? *Revista Semana Sostenible. Especial Empresas Sostenibles*, 6-7.
- Emerton, L., (1999). The nature of benefits and the benefits of nature: Why wildlife conservation has not economically benefitted communities in Africa', *Community conservation research in Africa: Principles and*

- comparative practice 9, Institute for Development Policy and Management, University of Manchester.
- Emptaz-Collomb, J. (2009). Linking tourism, human wellbeing and conservation in the Caprivi Strip (Namibia)', PhD thesis, University of Florida, viewed 15 February 2012, from http://etd.fcla.edu/UF/UFE0041031/emptazcollomb_j.pdf
- Enderle, G. y Tavis, A. (1998). A balanced concept of the firm and the measurement of its long-term planning and performance. *Journal of Business Ethics*, 17(11), 1129-1144.
- Epler, M. (1998). Ante el desafío global de la participación comunitaria en el ecoturismo: Estudios y lecciones del Ecuador. América Verde, documentos de trabajo, 2, Arlington: The Nature Conservancy.
- Epstein, E.M. (1987). The corporate social-policy process - beyond business ethics, corporate social-responsibility, and corporate social responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99.
- Escuela de Responsabilidad Social Empresarial – ERSE (2018). <http://www.observatoriorse.org/documentos/masinfo.pdf>. Recuperado el 18 de diciembre de 2018.
- Espinoza, M. (2016). *La Responsabilidad Social Empresarial en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de Ecuador*. Artículo de Reflexión. E07A10. JEL M1 - M14. 39-58. Mayo. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Estrella, M. (2011). El Turismo Rural Comunitario con visión de desarrollo integral para las comunidades indígenas. Encuentro de Turismo Indígena. San Martín de los Andes, Argentina.
- Estrella Durán, M. (2007). La incidencia jurídica en el turismo comunitario en Ecuador. En Ruiz Ballesteros, E. y Solís Carrión, D. (coord.), Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social. Abya-Yala, Quito 41-63.

- European Foundation for Quality Management – EFQM (2018). <http://www.efqm.org/en/Home/Whatwedo/Publications/PublicationsFrameworks/tabid/273/default.aspx>. Recuperada el 7 de diciembre de 2018.
- Evangelista da Silva, R. y Badaró Midlej, M. (2012). Tierras de Preto de Filipa (MA)-Brasil. Identidad, territorialidad y turismo comunitario en la lucha por el reconocimiento. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 21(1), 180-202.
- Fabrino, N.; Nascimento, E. P. y Costa, H. A. (2016). Turismo de Base Comunitária: uma reflexão sobre seus conceitos e práticas. *Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro*, 16(3), 172-190,
- Falk, R. y Miller, N. (1992). *A Primer for Soft Modeling*, University of Akron Press, Akron, OH.
- Fassot, G. (2006). Operationalisierung Latenter Variablen in Strukturgleichungs-modellen. *Eine Standortbestimmung*, 58, 67-88.
- Fennell, D., y Malloy, D. (2007). *Codes of ethics in tourism Practice, theory, synthesis*. Clevedon: Channel View Publications.
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa. Una Nueva Cultura Empresarial*. Alicante. Club Universitario.
- Finney, S., y DiStefano, C. (2006). *Non-normal and categorical data in structural equation modeling*. En G.R. Hancock y R.O. Muller (Eds.), *Structural equation modeling: a second course* (269-314). Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- Fitch G. (1976). Achieving corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 1976, 7(1), 38–46. Google Scholar
- Fondo Monetario Internacional – FMI (2018). <https://www.imf.org/external/index.htm/>.
- Fontana, Y. (2012). Proceso de incidencia para la Elaboración del Proyecto de Ley de Fomento al Turismo Rural Comunitario en Costa Rica, Ley 8724. Tesis para optar por el título de Master en la Maestría en Desarrollo

- Económico Local con énfasis en Turismo Comunitario. FLACSO-ITCR, Costa Rica.
- Forest Stewardship Council – FSC (2018). <http://www.fsc.org/>. Recuperada el 14 de mayo de 2018.
- Forética (2006). Informe sobre la evolución de la RSE en España. Madrid.
- Forética (2008). Informe sobre la evolución de la RSE en España. Madrid.
- Forética (2008). Informe sobre la RSE en Andalucía, España. Sevilla.
- Forética (2011). Informe sobre la evolución de la RSE en España. Madrid.
- Forética (2019). <http://foretica.org/conocimiento-rse/que-es-rse?lang=es>. Recuperado el 4 de febrero de 2019
- Fornell, C. y Larcker, D.F. (1981). Valuating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Foro de Expertos en RSE (2019). Recuperado el 4 de febrero de 2019 de http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economiasoc/RespoSocEmpresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RSE.pdf.
- Frederick, C. (1983). *Corporate social responsibility in the Reagan era and beyond*. Calif. Manage. Rev. 25:145-57
- Frederick, W. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61.
- Freile, J. (2012). Reserva de producción de fauna Chimborazo. *Revista Terra Incógnita*, 32-39.
- Freeman, R. y Liedtka, J. (1991). Corporate social responsibility: A critical approach. *Business Horizons*, 34(4), 92-98.
- Freeman, R. y Reed, D. (1983). Stockholders and Stakeholders: A new perspective on Corporate Governance. *Management Review*, 25(3), 88-106.

- Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Friedman, M. (1970). "The Social responsibility of business is to increase profits", The Newyork Times Magazine.
- Fundación Avina (2018). <http://www.avina.net/esp/>. Recuperada el 5 de diciembre de 2018
- Fundación Ecología y Desarrollo - ECODES (2018). Recuperada el 5 de diciembre de 2018.
- Fundación Empresarial para la Acción Social – FUNDEMAS (2018). Recuperada el 18 de diciembre de 2018. http://www.fundemas.org/index.php?option=com_contentyview=article&id=23&Itemid=39.
- Fundación ÉTNOR para la Ética de los Negocios y las Organizaciones de España y Centro Europeo de Empresas Innovadoras – CEEI (2004). Guía de Responsabilidad Social de la Empresa. Valencia.
- Fundación ÉTNOR para la Ética de los Negocios y las Organizaciones de España. (2018). <http://www.etnor.org/recursos.php>. Recuperada el 5 de diciembre de 2018.
- Gabriel, L. P. M. C. (2016). *La imagen proyectada de dos destinos patrimoniales italianos. El caso de Florencia y Venecia*. Dissertação de Doutoramento. A Coruna: Universidade da Coruña.
- García De los Salmones, M.d.M., Herrero, A. y Rodríguez Del Bosque, I. (2005). Influence of corporate social responsibility on loyalty and valuation of services. *Journal of Business Ethics*, 61(4), 369-385.
- García, L., Sarabia, M. y Mendoza, A. (2017). Turismo Comunitario y Responsabilidad Social en Santa Elena: Un Modelo para Armar. *Estudios Turísticos*, 211, 171-187.
- García, M. (2004). *RSC, Círculo Virtuoso Rentabilidad-Medio Ambiente*. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Madrid.

- García, N. y Quintero, Y. (2017). Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*. 14(1), 52-64.
- García, R. (1995). Análisis de las principales características de la demanda de turismo rural en España. *Estudios Turísticos*, 127, 19-52.
- García, R. (2011). Turismo y desarrollo rural en la comarca del Noroeste de la Región de Murcia: los programas europeos LEADER. *Cuadernos de Turismo*, 27, 419-435.
- Garduño M.; Guzmán, C. y Zizumbo, L. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *El Periplo Sustentable*, 17, 5-30.
- Garriga, E. y Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping thTerritory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51–71.
- Garson, G. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. Statistical Publishing Associates.
- Gascón, J y Ojeda, D. (2014). *Turistas y campesinado. El turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización*. Foro de turismo responsable, ACA, PASOS, RTPC. 165.
- Gascón, J. (2005). *Gringos como en sueños: diferenciación y conflicto campesinos en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Gascón, J. (2011). *Turismo rural comunitario y diferenciación campesina: Consideraciones a partir de un caso andino*. Mundo Agrario 11(22)
- Gascón, J. (2013). The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept. *Journal of Sustainable Tourism*. 21(5), 716-731.
- Gascón, J. y Cañada, E. (2005). *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria.
- Gazali, A.; Karamoy, H. y Gamaliel, H. (2019). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional dan Arus Kas Operasi Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Tambang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

- Periode 2014-2019. *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "GOODWILL"*, 11(2), 83-96.
- Gefen, D. Straub, D. y Boudreau, M. (2000). Structural Equation Modeling Techiques and Regression: Guidelines for Research Practice, *Communicaions of the Association for Information Systems*, 4(7), 1-78.
- Gerde, V. W. y Wokutch, R. E. (1998) "25 years and going strong". *Business and Society*, 37(4), 414-446.
- Giampiccoli, A. y Kalis, H. (2012). Tourism, Food, and Culture: Community-Based Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondoland. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, 34(2), 101-123.
- Giampiccoli, A. y Mtapuri, O. (2014). The role of the international cooperation in community-based tourism. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(4), 638-644.
- Giampiccoli, A. y Mtapuri, O. (2017). Beyond community-based tourism. Towards a new tourism sector classification system. *Gazeta de Antropología*, 33(1)
- Gibson-Graham, J. (2003) An Ethics of de Local. *Rethinking Marxism*, 15, 49-74
- Giménez, M. y Bajardí, I. (1995). La Iniciativa LEADER I y su contribución a la pluriactividad en Castilla y León. *Agricultura y Sociedad*, 77, 147-172.
- Gjølborg, M. (2009). Measuring the inmeasurable? Constructing an index of CSR practices and CSR performance in 20 countries. *Scandinavian Journal of Management*, 25, 10-12.
- Global Compact / Pacto Mundial de Naciones Unidas (2013). Global Corporate Sustainability Report. New York.
- Global Compact / Pacto Mundial de Naciones Unidas (2018). www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html. Recuperada el 18 de febrero de 2018.

- Global Compact / Pacto Mundial de Naciones Unidas (2019). www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html. Recuperada el 28 de febrero de 2019.
- Godoi, C. y Mattos, P. (2006). Entrevista cualitativa: instrument de pesquisa e evento dialógico. In *Pesquisa cualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. São Paulo, 301-323.
- González-Laxe, F. (2005). La Evolución del Sector Pesquero en Galicia de 1980 a la Actualidad: 25 Años de Cambio, en 25 anos coa culturagalega. Vinte e cinco perspectivas para o século XXI. Sotelo Blanco, Barcelona.
- González, C., Castellanos, M. y Rojo, M. (2007). Propuesta de una escala de medición de la responsabilidad social corporativa (RSC) en la actividad turística en Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro (CALVO, J. C. A. coord.), Universidad de la Rioja, 2621-2632
- González, E., Alén, M^a, y Rodríguez L. (2011). Benchmarking en responsabilidad social corporativa. El caso de las empresas gallegas. *Cuadernos de Gestión*. 11, 101-119.
- Gould, K. (1999). Tactical tourism. A comparative analysis of rainforest development in Ecuador and Belize. *Organization y Environment*, 12(3), 245-262.
- Grinwood, B., Yudina, O., Muldoon M. y Ji, Q., (2015). Responsibility in tourism: A discursive analysis. *Annals of Tourism Research*, 50, 22–38
- Guédez, V. (2010). Las dimensiones éticas y estratégicas de la RSE. En GUEDEZ, Víctor. *Responsabilidad Social Empresarial. Visiones complementarias. Hacia un modelaje social*. Caracas: Offset-Grupo Intenso. 57-61.
- Guerreiro, E. (2007). O turismo como agente de desenvolvimento social e a comunidade Guarani nas Ruínas Jesuíticas de Sao Miguel das Missoes. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5(3), 343-352.
- Guerrero, R. (2010). Ecoturismo Mexicano: la promesa, la realidad y el futuro. Un análisis situacional mediante estudios de caso. *El Periplo Sustentable*, 18, 37-67.

- Gurria, M. (2000). El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo. Cuarta Feria Ecoturística y de Producción, 15-23. Santo Domingo, Rep. Dominicana.
- Guzmán, T., de Vicente, F. y Rodríguez, R. (2006). Las rutas turísticas como motor de desarrollo económico local: la ruta del “Tempranillo”. *Estudios Turísticos*, 167, 131-145.
- Hair, J.; Anderson, R.; Tatham, R.; y Black, W. (2005). Análisis multivariado de datos. 5. Ed. Porto Alegre: Bookman.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C. y Sarstedt, M. (2017), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed., Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., Sarstedt, M. y Thiele, K. (2017). Mirror, mirror on the wall: a comparative evaluation of composite-based structural equation modeling methods, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(5), 616-632.
- Hair, J., Sarstedt, M. y Ringle, C. (2019). Rethinking some of the rethinking of partial least squares, *European Journal of Marketing* (forthcoming).
- Hair, J., Sarstedt, M., Hopkins, L. y Kuppelwieser, V. (2014), Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Hair, J., Sarstedt, M., Ringle, C., y Gudergan, S. (2018). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Sage.
- Hamel, G. (1998). *Reinventing the Basis of Competition*, Rethinking the Future, ed. Rowan Gibson, Nicolas Bradwan Publishing, London, 62-75.
- Han, W., McCabe, S., Wang, Y., y Chong, A.Y.L. (2018). Evaluating user-generated content in social media: An effective approach to encourage greater pro-environmental behavior in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 600–614.

- Hardy, A. (2017). Examining stakeholder group specificity: An innovative sustainable tourism approach. *Journal of Destination Marketing & Management* journal homepage: www.elsevier.com/locate/jdmm
- Harris, W. (2009). Tourism in Bario, Sarawak, Malaysia: A case study of pro-poor community-based tourism integrated into community development. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14(2), 125-135.
- Harrison, D. y Schipani, S. (2007). Lao tourism and poverty alleviation: Community-based tourism and the private sector. *Current Issues in Tourism*, 10(2), 194-230.
- Harun, H.; Hassan, R.; Razzaq, A.; Rasid, A. y Mustafa, M. Z. (2012). *Building local capacities towards sustaining community-based tourism development (CBET): experience from Miso Walal Homestay, Kinabatangan Sabah, Malaysia*". Regional Conference on Higher Education-Community-Industry Engagement. Kuala Lumpur.
- Harvey, F. (2003): "Developing geographic information infrastructures for local government: The role of trust". *The Canadian Geographer*, 47(1), 28-36.
- Haslam, P. (2004). *Corporate Social Responsibility System in Latin America and the Caribbean*. Policy Paper. Focal. Canadian Foundation for the Americas.
- Hay, D., Gray, R. y Gates, E. (1976). *Business and Society*. South-western Publishing, Cincinnati, OH.
- Heatherington, A. (1988). *Rural Tourism: Marketing Small Communities*. Estados Unidos: Meta-Link.
- Heimtun B, y Viken, A. (2015). Nordlysturismen – En institusjonelt betinget utvikling? In: Viken A (ed) *Turisme destinasjonsutvikling*. Gyldendal Akademisk, Oslo, 175–195.
- Henderson, J. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. *International Journal of Hospitality Management*, 26, 228–239.

- Hernández, R. (2015). La complejidad del concepto de Desarrollo. Curso Planificación, Gobierno y Desarrollo. ILPES/CEPAL.
- Henseler, J. (2017). Bridging design and behavioral research with variance-based structural equation modeling. *Journal of advertising*, 46(1), 178-192.
- Henseler, J., Dijkstra, T., Sarstedt, M., Ringle, C., Diamantopoulos, A., Straub, D., Ketchen, D., Hair, J., Hult, G. y Calantone, R. (2014). Common beliefs and reality about partial least squares: comments on Rönkkö & Evermann (2013), *Organizational Research Methods*, 17(2), 182-209.
- Henseler, J., Ringle, C., y Sinkovics, R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *Advances in International Marketing* (20), 277-320.
- Herzog, B., Tortajada-Navarro, S., Agulló-Calatayud, V., Aleixandre-Benavent, R., y Valderrama-Zurián, J. C. (2006). El 'análisis del discurso basado en la sociología del conocimiento' como enfoque para la investigación sobre identidad. Presentación en las I Jornadas de Trabajo Medimigra, Castellón de la Plana.
- Higham, J. (2007). *Critical issues in ecotourism: understanding a complex tourism phenomenon*. Routledge.
- Hirschman, A. (2015). *The Essential Hirschman*. Edited by Jeremy Adelman. Afterword by Emma Rotbshild yAmartya Sen. Princeton University Press.
- Hiwasaki, L (2006). Community-Based Tourism: A Pathway to Sustainability for Japan's Protected Areas. *Society and Natural Resources*, 19, 675-692.
- Holden A. (2003). In need of new environmental ethics for tourism? *Annals of Tourism Research*, 30, 94-108.
- Hoon, P. (2004). Impersonal markets and personal communities? Wildlife, conservation and development in Botswana', *Journal of International Wildlife Law Y Policy* 7(3), 143-160.

- Hulme, D. y Murphree, M. (2001). African wildlife and livelihoods: The promise and performance of community conservation, 336, James Currey Ltd, Woodbridge.
- Hu, L. y Bentler, P. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: sensitivity to underparameterized model misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424-453.
- Hu, L. y Bentler, P. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternative. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Byrne, B. (2008). Structural Equation Modeling with EQS: Basic Concepts, Applications, and Programming. Nueva York, Estados Unidos: Psychology Press.
- Hutchins, F. y Wilson, P. (2010). Editing Eden: a reconsideration of identity, politics, and place in Amazonia. Estados Unidos. University of Nebraska.
- Hudson, L. A., y Ozanne, J. L. (1988). Alternative ways of seeking knowledge in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 14(4), 508–521.
- Ibarra, J. (2006). La evolución del turismo rural en España y las nuevas oportunidades del turismo de naturaleza. *Estudios Turísticos*, 169, 85-102.
- (IICA, 2014). Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales, San José, Costa Rica.
- Inostroza, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión Turística*, 77–90.
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial – IARSE (2018). http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=somos. Recuperada el 18 de diciembre de 2018.
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - INCONTEC (2018). <http://www.icontec.org.co/index.php?section=367>. Recuperada el 18 de diciembre de 2018.

- Instituto ETHOS de Empresa y Responsabilidad Social de Brasil (2018).
http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp.
 Recuperada el 20 de diciembre de 2018.
- International Organization for Standardization – ISO (2018).
http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=42546. Recuperada el 6 de diciembre de 2018.
- International Organization for Standardization - ISO (2010). ISO 26000, Guía sobre Responsabilidad Social.
- Iorio, M. y Wall, J. (2012). Behind the masks: Tourism and community in Sardinia. *Tourism Management* 33, 1440-1449.
- Iorio, M. y Corsale, A. (2013). Rural tourism and livelihood strategies in Romania. *Journal of Rural Studies*, 26(2), 152-162
- Ishikawa, N., y Fukushige, M. (2007). Who expects the municipalities to take the initiative in tourism development? Residents' attitudes of Amami Oshima Island in Japan. *Tourism Management*, 28(2), 461-475.
- Israel, A.; Schulz, J.; Parker, A.; y Becker, B. (1998). Review of community-based research: Assessing partnership approaches to improve public health. *Annual Review of Public Health*, 19, 173–202.
- Jafari, J. (1994). La cintifización del turismo. Estudios y Perspectivas en Turismo. 3(1), 7-36
- Jamal, T., y Camargo, B. (2014). Sustainable tourism, justice and an ethic of care: Toward the just destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 11–30.
- Jamali, D. y Mirshak, R. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243–262.
- Jarvis, C.; Mackenzie, S. y Podsakoff, P. (2003). A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research. *Journal of Consumer Research*, 30, 199-218.

- Jiménez-Cortés, R. (2019). Aprendizaje de las mujeres en las redes sociales: Validación de la escala MAIA con PLS. *Revista de Investigación Educativa*, 37(2), 431–449.
- Johnston, ME. (2011). *Arctic tourism introduction*. In: Maher PT, Stewart EJ, Lück M (eds) *Polar tourism. Human, environmental and governance dimensions*. Cognizant Communication Corporation, New York, 17–32.
- Jones, T. (1980). Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined. *California Management Review*, 22(2), 59–67.
- Juárez, J. y Ramírez, B. (2007). Turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México. Scripta Nova. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 236.
- Jurowski, C.; Uysal, M. y Williams, D. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Tourism Research*, 36(2), 3-11.
- Kakabadse, N.; Rozuel, C. y Lee-Davies, L. (2005). Corporate social responsibility and stakeholder approach: a conceptual review. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 1(4), 277-302.
- Kalisch, A. (2002). Corporate futures: Social Responsibility in the tourism industry. *Tourism Concern*, 6(5), 378-379.
- Kamp, C. (2012). Beyond Greening Reflections on Tourism in the Rio-Process. Alemania. Tourism Watch.
- Khan, G.; Sarstedt, M.; Shiau, W.-L.; Hair, J. Jr.; Ringle, C. y Fritze, M. (2019). Methodological research on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): an analysis based on social network approaches, *Internet Research (forthcoming)*.
- Kvale, S. (2011). Las entrevistas en investigación cualitativa. Madrid: Ediciones Morata.
- Kravets, I. y De Camargo, P. (2008). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 2(2), 1-16.

- Kerstetter, D., Confer, J. y Bricker, K. (1998). Industrial Heritage Attractions: Types and Tourists. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(2), 91-104.
- Kibby, M. (2000). Tourists on the Mother Road and the Information Superhighway. En M. Robinson, P. Long, N. Evans, R. Sharpley y J. Swarbrooke (eds.), *Reflection on International Tourism: Expressions of Culture, Identity and Meaning in Tourism*. University of Northumbria, Newcastle, 139-149.
- Kibicho, W. (2008). Community-based tourism: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 211-231.
- Kiss, A. (ed.) (1989). *Living with Wildlife: Wildlife Resource Management with Local Participation in Africa*. Washington, DC: World Bank.
- Kliksberg, B. (2012a). Economistas Ortodoxos en aprietos. El Capital Social se puso en marcha. *¿Como enfrentar la pobreza y la desigualdad?* (Capítulo de libro). Biblioteca Bernardo Kliksberg. UNESCO. Buenos Aires.
- Kliksberg, B. (2012b). *Por más ética empresarial. ¿Como enfrentar la pobreza y la desigualdad?* (Capítulo de libro). Biblioteca Bernardo Kliksberg. UNESCO. Buenos Aires.
- Kline, R (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4nd Ed.). New York: Guilford
- Kok, P., Van Der Wiele, T., Mckenna, R. y Brown, A. (2001). A corporate social responsibility audit within a quality management framework. *Journal of Business Ethics*, 31(4), 285–297.
- Kock, N. y Lynn, G.S. (2012), “Lateral collinearity and misleading results in variance-based SEM: an illustration and recommendations”, *Journal of the Association for Information Systems*, 13(7), 546-580.
- Kotler, P. y Lee, N. (2004). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, NJ: Wiley y Sons, Inc.
- Kramvig, B. y Flemmen, AB. (2016). *What alters when the traditional sámí costume travels? A study of affective investments in the sápmi*. In:

- Frykman J, Povrzanovi'c Frykman M (eds) Sensitive objects affect and material culture*. Nordic Academic Press, Lund, 179–197.
- Lantos, G. (2001). The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-630.
- Lasserre, F. y Têtu, P. (2015). The cruise tourism industry in the Canadian Arctic: analysis of activities and perceptions of cruise ship operators. *Polar Record*, 51(256), 24–38.
- Lasso, G. (2009). *Guión turístico de la reserva ecológica Cayambe - Coca*. Ecuador. Ministerio del Ambiente.
- Law, L. C. (1998). A situated cognition view about the effects of planning and authorship on computer program debugging. *Behaviour & Information Technology*, 17(6), 325–337.
- Lea, J. (1993). *Tourism and Development in the Third World*. Londres: Routledge.
- Lehner, F. y Haas, N. (2010). Knowledge Management Success Factors- Proposal of an Empirical Research (Electronic Version). *Electronic Journal of Knowledge Management*, 8, 79-90.
- Lemelin, R., Koster, R. y Yuoroukos, N. (2015). Tangible and intangible indicators of successful aboriginal tourism initiatives: A case study of two successful aboriginal tourism lodges in Northern Canada. *Tourism Management*. 47, 318-328.
- León, M. (2019). La economía popular y solidaria. Análisis y perspectivas de desarrollo económico y territorial de la provincia de Santa Elena- Ecuador (Tesis Doctoral). Universidad de León, España. Recuperado el 28 de julio 2019 de: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&channel=trow&q=tesis+doctoral+marcelo+le%C3%B3n+2019>
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28(3), 876-885.
- Lerner, D. y Fryxell, E. (1988). An empirical study of the predictors of corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 7(12), 951-959.

- Likert, R. (1932). *Technique for the measurement of attitudes*. *Archive of Psychology*, 22, 5-55
- Linnanen, L. y Panapanaan, V. (2002). *Roadmapping CSR in Finnish companies*. Helsinki: Helsinki University of Technology.
- Lockett, A.; Moon, J.; y Visser, W. (2006). Corporate social responsibility in management research: Focus, nature, salience and sources of influence. *Journal of Management Studies*, 43(1), 115-136.
- Lohmöller, J.-B. (1989). *Latent Variable Path Modeling with Partial Least Squares*, Physica, Heidelberg.
- Lois González, R. y Piñeiro Antelo, M. (2012). Comunidades Costeras Sustentables. Un estudio de caso en Galicia. *AGALI Journal Journal of Social Sciences and Humanities*, 2, 51-54.
- López-Guzmán, T. y Sánchez Cañizares, S. (2009a). *Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario*. Un estudio de caso de Nicaragua. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 6(62), 81-97.
- López-Guzmán, T., Lara de Vicente, F. y Merinero-Rodríguez, R. (2006). Las rutas turísticas como motor de desarrollo económico local: la ruta del “Tempranillo”. *Estudios Turísticos*, 167, 131-145.
- López, G. y Palomino, B. (2008). Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México. *Teoría y Praxis*, 5, 33-50.
- Mackenzie, S. Podsakof, P. y Jarvis, C. (2005). The problem of measurement model misspecification in behavioral and organizational research and some recommended solutions. *Journal of Applied Psychology*. 90(4), 710-730.
- MacKenzie, P. (2011). Construct measurement and validation procedures in MIS and behavioral research: integrating new and existing techniques”, *MIS Quarterly*, 35(2), 293-334.

- Mader, R. (2006). *Tourism and poverty reflections on the World Bank. Responsible travel handbook*. Estados Unidos: The Responsible Travel Forum.
- Maher, PT.; Gelter, H.; Hillmer-Pegram, K.; Hovgaard, G.; Hull, J.; Jóhannesson, GP. y Pashkevich, A. (2014). Arctic Tourism: Realities and Possibilities. In: Heininen L, Exner-Pirot H, Plouffe J (eds) *Arcticyearbook: human capital in the north. Northern Research Forum, Akureyri*, 290–306.
- Maignan, I. y Ferrell, O.C. (2003). Nature of corporate responsibilities: Perspectives from American, French, and German consumers. *Journal of Business Research*, 56(1), 55-67.
- Maignan, I. (2001). Consumers' perceptions of corporate social responsibilities: A crosscultural comparison. *Journal of Business Ethics*, 30(1), 57-72.
- Maignan, I., Ferrell, O. y Hult, T. (1999). Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 455-469.
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. *Organización Internacional del Trabajo (OIT)*.
- Manne, H. y Wallich, H. (1972). *The modern corporation and social responsibility*. Washington, DC: American Enterprise Institute.
- Mantero, C. (2008). *Desarrollo y turismo: la opción necesaria*. En A. César D. y S.M. Arnaiz B. Turismo y desarrollo: crecimiento y pobreza 87-105. México: Universidad de Guadalajara.
- Manyara, G. y Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15, 628-644.
- Marchán, J. (2004). Turismo comunitario nacional. Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros del Ecuador. Ecuador: PRODEPINE.
- Martín de Holan, P. y Phillips, N. (1997). Sun, sand and hard currency. Tourism in Cuba. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 777-795.

- Martín, E. (2019). *Selección eficaz de insights en estrategias de comunicación a partir del estudio unificado de reacciones conscientes y no conscientes*. 262f. Tesis (Doctorado en Comunicación Audiovisual, publicidad, y relaciones públicas). Universidad Complutense de Madrid.
- Martínez, C. y Collantes A. (2003). Turismo en áreas rurales de Cozumel: diagnóstico preliminar, Universidad de Quintana Roo, México.
- Martínez Mauri, M. (2013). La movilidad guna (Panamá): Habitando bosques, islas y ciudades. Recuperado el 8 de junio de 2020, de Universidad Autónoma de Barcelona, periferia, *Revista de recerca informació en antropologia*, 18(2), 59-69.
- Martínez, R. (2001). Aproximación al estudio del sector turístico almeriense: análisis de la oferta y de la demanda en temporada alta. *Cuadernos de Turismo* 7, 81-91.
- Mattos, P. (2006). *Análise de entrevistas não estruturadas: da formalização á pragmática da linguagem*. In *Pesquisa cualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. São Paulo, 347-373
- Mbaiwa, J. (2005). Enclave tourism and its socio-economic impacts in the Okavango Delta, Botswana, *Tourism Management*, 26(2), 157-172.
- McGehee, N. y Kim, K. (2004). Motivation for agritourism entrepreneurship. *Journal of Travel Research*, 43, 161-170.
- McGuire, J. (1963) *Business and Society*. McGraw-Hill, New York.
- McWilliams, A. y Siegel, S. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, 21, 603-609.
- McWilliams, A., Siegel, S. y Wright, M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.
- Melgosa, F.J. (1999). Turismo rural y turismo activo. En Melgosa, F.J. (coord.), Estudios de Derecho y Gestión Ambiental. *Fundación Cultural Santa Teresa, Ávila*, 1, 477-502.

- Mendoza, A.; Yumisaca, J. y Villón, S. (2017). Las vacaciones escolares y su influencia en el turismo: Estudio de caso en la provincial Santa Elena, Ecuador. *Universidad y Sociedad*. [online], 9(3), 198-206.
- Merinero-Rodríguez, R. y Pulido-Fernández, J. (2016). Analysing relationships in tourism: A review. *Tourism Management*. 54, 122-135
- MHC International Ltd -MHCi (2018). <http://mhciinternational.com/articles/definitionof-csr>. Recuperada el 6 de diciembre de 2018.
- Minayo, C.; Deslandes, S. y Gomes, R. (2012). *Investigación Social. Teoría, método y creatividad*. 2 ed. Buenos Aires: Lugar editorial, 2012.
- Minayo, M. (Org.). (2015). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (34a ed.). Petrópolis: Vozes.
- Minayo, M. C. de S., y Costa, A. P. (2019). *Técnicas que fazem uso da Palavra, do Olhar e da Empatia: Pesquisa qualitativa em ação (1a)*. Oliveira de Azeméis – Aveiro – PORTUGAL: Ludomedia.
- Minayo, M.; Deslandes, S.; Cruz Beto, O. y Gomes R. (2015). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. 34. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR) (2017) (Ministerio de Turismo), Boletín de Estadísticas Turísticas 2011-2015, Quito. Recxuperada el 20 de mayo del 2019 <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2017). Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador. Primera Edición. Quito.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2007a). Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible en Ecuador hacia el año 2020: PLANDETUR 2020. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Mohr, A., Webb, J. y Harris, E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *The Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45–72.

- Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance*, 1(2), 16-22.
- Mora, M. (2012). Los retos del turismo comunitario en la Reserva de Biósfera Yasuní. El caso de la Red Solidaria de Turismo Comunitario de la Ribera del Napo. En Pineda, J. & Krainer, A. (2012). *Periferias de la periferia*. Ecuador. FLACSO.
- Morales Morgado, H. (2006). Turismo Comunitario: Una nueva Alternativa de Desarrollo Indígena. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 1(2), 249-264.
- Morales, F. (2006). Turismo comunitario: *una nueva alternativa de desarrollo indígena*. AIBR: Revista de Antropología.
- Morales, X. (2017). Las Rutas Turísticas culturales como factor para el Desarrollo de las áreas rurales. Análisis comparado del camino de Santiago (Galicia-España) y el Sistema vial andino (Ecuador). Tesis Doctoral. (Programa de Doctorado en Economía y Empresa) Universidad Santiago de Compostela.
- Morgan, G. (1980). Paradigm, metaphors, and puzzle solving in organization theory. *Administrative Science Quarterly*, 25, 605-622.
- Mottiar, Z., Boluk, K. y Kline, C. (2018). The Roles of Social Entrepreneurs in Rural Destination Development. *Annals of Tourism Research*, 68, 77-88.
- Murphy, P. (1985). *Tourism: A community approach*. Londres: Methuen. 1985.
- Murray, K. y Vogel, C. (1997). *Using a Hierarchy-of-Effects Approach to Gauge the Effectiveness of Corporate Social Responsibility to Generate Goodwill Toward Firm*: Financial versus Nonfinancial Impacts.
- Musumali, M., Larsen, T. y Kaltenborn, B. (2007). An impasse in community based natural resource management implementation: *The case of Zambia and Botswana*, *Oryx* 41(3), 306–313.
- Navarro, P. y Díaz, C. (1994). *Análisis de Contenido en: Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis, 177-223

- Nel-lo, M. (2008). Organización y características del turismo rural comunitario en Costa Rica. *Anales de Geografía*, 28(2), 167-188.
- Nickerson, N., Black, R. y McCool, S. (2001). Agrotourism: motivations behind farm/ranch business diversification. *Journal of Travel Research*, 40(1), 19-26.
- Nistoreanu, P. y Tigu, G. (2003). Ecotourism and rural tourism. Ed. ASE, Bucarest.
- Novelli, M. y Gebhardt, K. (2007). Community-Based tourism in Namibia: reality show or window dressing? *Current Issues in Tourism*, 10(5), 443-479.
- Nunkoo, R.; Ramkissoon, H., y Gursoy, D. (2012). Public Trust in Tourism Institutions. *Annals of Tourism Research*, 39, 1538–1564.
- Nunnally, J. (1978). Psychometric Theory. (2ª Ed.). New York: McGraw-Hill.
- Nyaupane, G.; Morais, D. y Dowler, L. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, 27(6), 1373-1385.
- Observatorio de la RSC de España (2018).
- Observatorio de la RSE de España (2018). <http://www.observatoriorse.org.es/sitio/observatorio/queEsObservatorioRSE.aspx>. Recuperada el 5 de diciembre de 2018.
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511-529.
- Olindo, P. (1991). The old man of nature tourism: Kenya. In T. Whelan (ed.) *Nature Tourism: Managing for Environment* (98–111). Washington, DC: Island.
- Ollenburg, C. y Buckley, R. (2007). Stated economic and social motivations of farm tourism operators. *Journal of Travel Research*, 45(4), 444-452.

- Organización Internacional del Trabajo – OIT (2018). <http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/employer/respons/index.htm>. Recuperada el 8 de diciembre de 2018.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2004). Turismo y atenuación de la pobreza- Recomendación para la acción, [En línea] Madrid: OMT. Disponible <http://www.wtoelibrary.org/content/hp5563/fulltext?p=dd895d9bd8d649af8dce5c745877bb8fypi=0#section=8033ypage=1ylocus=3>, Recuperada el 12 de marzo 2019.
- Ostrowski, M. (2002). Peregrinación o turismo religioso. III Congreso Europeo de Santuarios y Peregrinajes. Monasterio de Montserrat, Catalunya.
- Osuna, M. (2013). *Análisis del turismo Comunitario en la Isla de Santiago (Cabo Verde) como fórmula de desarrollo endógeno*. Tesis doctoral. Universidad de Córdoba.
- Ougaard, M. y Nielsen, M. (2004). *Beyond moralizing: agendas and inquiries in corporate social responsibility*. En REDDY, S. (Ed.) Corporate social responsibility: contemporary insights. Hyderabad: IFCAI University Books.
- Padilla, C.; Arévalo, D.; Bustamante, M.; y Vidal, C. (2017) Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. *Información Tecnológica*, 28(4), 93-102
- Páez, J. (2014). *Balance Social de las Cooperativas de Ecuador. Modelo y primeros resultados agregados*. Serie de Estudios Sobre Economía Popular y Solidaria. Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Quito-Ecuador.
- Palacios, J. (2016). Análisis de los atributos de los servicios turísticos en la provincia de Santa Elena. Tesis de Grado. Programa Magister en Economía y Dirección de Empresas. Guayaquil-Ecuador.
- Panapanaan, V.M., Linnanen, L., Karvonen, M. y Phan, V.T. (2003). Roadmapping corporate social responsibility in finnish companies. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 133-148.

- Panwar, R., Rinne, T., Hansen, E. y Juslin, H. (2006). Corporate responsibility: Balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry. *Forest Products Journal*, 56(2), 4-12.
- Papaleo, C. y Beeton, S. (2006). Exploring Clarkson's typical corporate and stakeholder issues model as an approach to understanding corporate social responsibility in tourism: The case of lonely planet, BEST Education Network Think Tank VI *Corporate Social. Responsibility for Tourism*.
- Pastor, M. (2011). Aprendiendo sobre el desarrollo turístico: Proyectos interuniversitarios de cooperación internacional en Chiapas", in Pastor Alfonso, M. J. y Martínez, F. A. Interculturalidad: Comunicación y educación en la diversidad, Barcelona: Editorial Icaria, 135-148.
- Pastor, M. (2012) Turismo y cambio en el entorno de los lacandones. Chiapas, México: Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10 (1), 99-107.
- Pastor, M. y Espeso, P. (2015) "Capacitación turística en comunidades indígenas. Un caso de Investigación Acción Participativa (IAP)", El Periplo Sustentable, 29, 171-208.
- Pastor, M. y Gómez, D. (2010) Impactos socioculturales en el turismo comunitario: *una visión desde los pueblos implicados (Selva Lacandona, Chiapas, México)*, Editorial Aguaclara.
- Peña, D. (2018). *La práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector turístico. Estudio de Casos en empresas turísticas hoteleras de la ciudad de Santa Martha, Colombia*. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga, 1-299.
- Peña, D. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Turístico. *Análisis Integrado del Conocimiento, la Aplicación y la Comunicación*. Primera Edición, Bogotá, Eco Ediciones.
- Perdomo, J. y Escobar, A. (2011). La investigación en RSE. Una revisión desde el Management. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 193-219.

- Pereyra, C. (2002). El turismo como oportunidad de desarrollo regional y local. IV Coloquio sobre transformaciones territoriales (en línea) Recuperado el 20 de marzo del 2019. Disponible en <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/ultimos/turismo%20como%20oportunidad%20de%20desarrollo%20regional%20y%20local.pdf>
- Pereira, C. A. O diferencial semántico: una técnica de medida en ciencias humanas y sociales. Sao Paulo, Atica, 1986.
- Pérez Fernández, J. (2001). Régimen jurídico del turismo rural. FITUR, Madrid.
- Pérez Galán, B. (2012). Retóricas de turismo y desarrollo en los Andes. La Red de Turismo Rural Comunitario Pacha Paqareq, Perú. *El turismo es cosa de pobres* (171-200).
- Pérez Galán, B., y Fuller, N. (2015). Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú. *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, 31, 95-120.
- Pérez, A. (2011). Estudio de la imagen de responsabilidad social corporativa: *formación e integración en el comportamiento del Usuario de servicios financieros*. Tesis Doctoral. Universidad de Cantabria.
- Pérez, E. y Sumpsi, J. Ma. (2002.), Lo rural y la nueva ruralidad, Políticas, instrumentos y experiencias de desarrollo rural en América Latina y Europa, Madrid, España, FODEPAL, Ministerio de Agricultura, pesca y alimentación. AECI.
- Pérez, A.; García De los Salmones, M.d.M y Rodríguez Del Bosque I. (2008). Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas como determinantes de las intenciones de comportamiento del consumidor. *Revista Asturiana de Economía*, 41, 127-147.
- Perinat, A. (2003). *Por una ética del conocimiento*”. Educere, Universidad de los Andes Mérida, Venezuela, 7(23), 407-414.
- Podsakoff, N.P.; Shen, W. y Podsakoff, P.M. (2006). The role of formative measurement models in strategic management research: review critique,

- and implications for future research. *Research Methodologi in Strategy and Management* 3, 197-252.
- Poria, Y., Butler, R. y Airey, D. (2003). The Core of Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254.
- Potts, T. (1994). *Developing naturally: An exploratory process for nature-based community tourism*. Estados Unidos: Cooperative Extension Service, Clemson University.
- Poupart, J. (2008). A entrevistas de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. A Pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 215-253.
- Pratt, L. y Fintel D. (2002). *Environmental management as indicator of business responsibility in Central America*. In Utting, P., editor. The greening of business in developing countries: Rhetoric, reality and prospect. Zed Books and UNRISD, 41–56.
- Prince of Wales Business Leaders Forum – PWBLF (2018). <http://www.iblf.org/htdig/cgi-bin/htsearch.cgi>. Recuperada el 6 de diciembre de 2018.
- Puhakka, R. (2011). Environmental concern and responsibility among nature tourists in Oulanka PAN Park, Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(1), 76-96.
- Quijano, O. (1998). Responsabilidad social: *Un compromiso con la comprensión histórica y la superación del traumático presente*. Universidad Del Valle, Cali.
- Quishpe, V. y Alvarado, M. (2012). Cotacachi: derecho a la tierra frente a urbanizaciones y especulación. Ecuador. Fundación Rosa Luxemburg.
- Rábago, L. y Revah, O. (2014). El Ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas. *Revista Economía, sociedad y territorio*. 2 (7).
- Ramírez, R. (2012). Socialismo del sumak kawsay o biosocialismo republicano. Ecuador. SENESCYT.

- Reimer, J. K. y Walter, P. (2013). How do you know it when you see it? Community-based ecotourism in the Cardamom Mountains of southwestern Cambodia”. *Tourism Management*, 34, 122-132.
- Riccardi, R. (2004). La responsabilidad social: del capitalismo salvaje al capitalismo benévolo. *Revista Gerenciais*, 3, 115-124.
- Rincón, Y. A., Caridad, M., y Salazar, C. (2017). Responsabilidad social en universidades de gestión privada en Barranquilla. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), XXIII (3), 48-62.
- Ringle, C., Wende, S. y Becker, J.-M. (2015), “*SmartPLS 3*”, *SmartPLS GmbH, Boenningstedt*, available at: www.smartpls.com. Recuperado el 20 Agosto 2020.
- Rittichainuwat, B.; Qu, H. y Mongkhonvanit, C. (2006). A study of the impact of travel inhibitors on the likelihood of Travellers’ revisiting *Thailand Journal of Travel y Tourism Marketing*, 21, 77-87
- Rivas, J. (2004). *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. España: Septem Ediciones.
- Rivera, M. y Rodríguez, L. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. España: Universidad de Córdoba.
- Robledo, M. (2004). *D3D un enfoque integral de la Dirección de Empresas*. Madrid. Ediciones Días de Santos.
- Roberts, N. y Thatcher, J. (2009). Conceptualizing and testing formative constructs *ACM SIGMIS - Data Base*, 40(3), 9.
- Rodas, M., Ullauri Donoso, N., y Sanmartín, I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. En revista Turismo, Desarrollo y buen vivir. *Revista de Investigación de la Ciencia Turística-RICIT*, 9, 60-77.
- Rodrigues Da Silva, D.; Dalila Corvari, S.; Cioce Sampaio, C. y Jurema Grimm, I. (2014). Turismo comunitario en Favelas. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 23(4), 786-804.

- Rodríguez, B. (2019). *Gastronomía Ancestral y su contribución al desarrollo turístico de la comunidad Libertador, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, 2018*. Trabajo de Titulación en opción al título de licenciada en administración de turismo. Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Roldán, J. y Cepeda, G. (2014). *Seminario sobre profundización y avances recientes en la técnica PLS*. Fundación Camilo Prado en Madrid.
- Roldán, J., y Sánchez-Franco, M. (2012). *Variance-Based Structural Equation Modeling: Guidelines for Using Partial Least Squares in Information Systems Research. In Research Methodologies, Innovations and Philosophies in Software Systems Engineering and Information Systems, 193–221*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-46660179-6.ch010>
- Ross, S., y Wall, G. (1999). Ecotourism: Toward Congruence between Theory and Practice. *Tourism Management*, 20,123-132.
- Rowley, T. y Berman, S. (2000). A brand-new brand of corporate social performance. *Business y Society*, 39, 397-418.
- Royo-Vela, M. (2006). *Desarrollo de una escala de medida de la imagen de los destinos turísticos culturales-rurales*. Girona: Publicacions de la UdG.
- Ruiz Ballesteros, E y Cáceres-Feria, R. (2016). Community-building and amenity migration in community-based tourism development. An approach from southwest Spain. *Tourism Management*, (54), 513-523.
- Ruiz Ballesteros, E. y Solís Carrión, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador*. Desarrollo y sostenibilidad social. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Ruiz Ballesteros, E. y Cantero, P. (2011). Entre Darwin, la baronesa y el cucuve. El desarrollo del turismo de base local en Floreana (Galápagos). En LL. Prats y A. Santana (corrds.), *Turismo y patrimonio, entramados narrativos. Pasos, La Laguna*, 71-85
- Ruiz-Olabuénaga, J. L.; Aristegui, I. y Melgosa, L. (2002). *"Cómo elaborar un proyectode investigación social"*. Cuadernos monográficos del ICE, 7. Bilbao: Universidad de Deusto.

- Ruiz, E. y Cantero, P. (2011). Entre Darwin, la baronesa y el cucuve. El desarrollo del turismo de base local en Floreana (Galápagos). Turismo y Patrimonio, entra-mados narrativos, *Revista Pasos*, España.
- Ruiz, O. (2008). *Turismo: Factor de Desarrollo y Competitividad en México*. México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Documento de Trabajo 46.
- Ruiz, E., Hernández, M., y Coca, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *Revista Pasos*, 6, 399–418.
- Ruiz, E. y Solís, D. (2007). Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social. Ecuador: Editorial Abya Yala.
- Ryan, C. y Garland, R. (1999). The use of a specific non-response option on Likerttype scales. *Tourism Management*, 20, 107-113.
- Saiz, J. y Mendoza, M. (2015) *Innovación y creatividad como motores de desarrollo y RSC. El caso de las empresas de Guayaquil (Ecuador)*. MPRA. Munich Personal RePEcArchive. Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/86611/>
- Salas, A. (2011). Estudio de la mini ruta turística: Lita y las siete cascadas y el impacto del turismo comunitario y rural en el desarrollo de la economía local. *Revista Kalpana*, 13 -23.
- Salgado, A. C. (2007), Investigación cualitativa: diseños, evaluación de rigor metodológico y retos, *Liberabit*, 71-78.
- Salazar, S. (2012). *Aportes del turismo rural comunitario en Costa Rica*. Instituto Nacional de Fomento Cooperativo.
- Samaja, J. (2012) *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires: Eudeba.
- Sánchez, M. (2015). «La dicotomía cualitativo-cuantitativo: posibilidades de integración y diseños mixtos.» *Campo Abierto* 11-30.
- Sánchez-Infante, J.P. (2017). La influencia de la responsabilidad social empresarial, en los resultados económicos, de las micro, pequeñas y

- medianas empresas. Tesis Doctoral. Programa de doctorado, Economía y Empresa. Universidad de Castilla La Mancha. Toledo.
- Sancho, J. (2001). *La Infografía: Técnicas, Análisis y Usos Periodísticos*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Santana, C. y Atiencia, M. (2014). *Turismo Comunitario. Reflexiones*. Universidad Ecotec, Guayaquil.
- Santos, F. (2009). Territórios Resilientes enquanto Orientação de Planeamento. Departamento de Prospectiva, *Planeamento e Relações Internacionais*, 16, 13-28.
- Sarabia, M.; García, L. y Bravo, O. (2019) Responsabilidad Social y Turismo Comunitario en la provincia de Santa Elena (Ecuador). *Espacios*. 40 (30), 2.
- Sarabia, M., García, L. y Mendoza, A. (2021). *Chapter 2 Small Businesses Like a Sing of Innovation and sustainable Development in the Community Tourism Centers, in Santa Elena*. DOI: 10.4018/978-1-7998-4855-4.ch002
- Saufi, A., O'Brien, D., y Wilkins, H. (2014). Inhibitors to host community participation in sustainable tourism development in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 801-820.
- Sarabia, B. y Zarco, J. (2007). *Metodología cualitativa en España*, 2 ed. Madrid: CIS.
- Sheldon, P. y Park, S. (2011). An exploratory study of corporate social responsibility in the US travel industry. *Journal of Travel Research*, 50(4), 392–407.
- Schermerhorn, R. (2002). *Management*, 7th edition. Wiley, NewYork.
- Schulenkorf, N. (2009). An ex ante framework for the strategic study of social utility of sport events. *Tourism and Hospitality Research*, 9, 120-131.
- Sebele, L. (2005). *The social impacts of community-based tourism: a case study of Khama Rhino Sanctuary Trust in the Central District of Botswana*.

- Unpublished Master of Arts Dissertation. Johannesburg, University of the Witwatersrand.
- Serrallonga, S. y Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 1(1), 63-82.
- Sethi, S. (1975). Dimensions of corporate social performance - An analytical framework. *California Management Review*, 17(3), 58-64.
- Sharpley, R. y Sundaram, P. (2005). Tourism: a sacred journey? The case of ashram tourism, India. *Internacional Journal of Tourism Research*, 7(3), 161-171.
- Shinde, K. (2010). Entrepreneurship and indigenous entrepreneurs in religious tourism in India. *Internacional Journal of Tourism Research*, 12(5), 523-535.
- Shmueli, G., Ray, S., Velasquez Estrada, J. M., y Chatla, S. B. (2016). The elephant in the room: Predictive performance of PLS models. *Journal of Business Research*, 69(10), 4552-4564.
- Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J., Cheah, J.-H., Ting, H., Vaithilingam, S. y Ringle, C. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM. *European Journal of Marketing* (forthcoming).
- Siegel, D. y Vitaliano, D. (2007). An Empirical Analysis of the Strategic Use of Corporate Social Responsibility. *Journal of Economics and Management Strategy Fall*. 16(3), 773-92.
- Simelane, T.; Kerley, I. y Knight, M. (2006). Reflections on the relationships between communities and conservation areas of South Africa: The case of five South African national parks', *Koedoe* 49(2), 85-102.
- Smith, C. (2003). Corporate Social Responsibility: Whether or How? *California Management Review*, 45(4).52-76
- Smith, L. (2012). Decolonizing methodologies. *Research and Indigenous Peoples*. Zed Books Ltd, London, New York

- Snyman, S. (2014). *Assessment of the main factors impacting community members*. Attitudes towards tourism and protected areas in six southern African countries, *Koedoe* 56(2), 1-12.
- Snyman, S., (2012a). Ecotourism joint ventures between the private sector and communities: An updated analysis of the Torra Conservancy and Damaraland Camp, Namibia, *Tourism Management Perspectives* 4, 127–135
- Soares, J. R. R. (2015) Relación entre creación de imagen turística y fidelización. Análisis de estudiantes internacionales en Galicia. Tesis doctoral (Programa doctoral en Planificación del Turismo por el Departamento de Sociología y Ciencias Políticas de Administración). Universidad La Coruña
- Soares, J. R. R. Carvalho, C. E. y Santos, X. M. S. (2019). Imagen percibida y lealtad en el turismo académico. *Anales Geografia Universidad Complutense*, 39(2), 485-506.
- Soares, J. R. R., y Godoi, C. K. (2017). A metodologia da análise sociológica do discurso em estudos turísticos: o processo de transformação da imagem turística e sua relação com a lealdade. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, 15(1), 245-260.
- Solano, L. (2006). Fundamentación lógico-formal de la Responsabilidad Social Corporativa. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Solsona, J. (2006). El turismo rural en Europa. *Aportes y Transferencias*, 10 (2), 25-35.
- Sommerville, M., Jones, J. Rahajaharison, M. y Milner-Gulland, E. (2010). The role of fairness and Benefit distribution in community-based Payment for Environmental Services interventions: A case study from Menabe, Madagascar. *Ecological Economics*, 69(6), 1262-1271.
- Sostenible y Asentamientos Humanos. (2017). <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/4/13894/P13894.xml&xml=dmah/tpl/p9f.xslybase=/dmah/tpl/top-bottom.xslt>. Recuperada el 4 de mayo de 2018.

- Spenceley, A. y Seif, J. (2003). Strategies, Impacts and Costs of Pro-Poor Tourism Approaches in South Africa. Overseas Development Institute (ODI). [En línea], Disponible en <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publicationsopinion-files/4036.pdf>, Recuperada el 12 de marzo 2019.
- Srinivasan, M. (2009). *The dimensions of Corporate Responsibility the fourth dimension*, Aurobindo Society, E-journal.
- Steiner, G. (1972). Social policies for business. *California Management Review*, 15 (2), 17-24.
- Stother, k. (1992). Early Economies of Coastal Ecuador and the Foundations of Andean Civilization. *AndeanPast*. 3, 43-54
- Stets J. y Carter, M. (2012). A Theory of the Self for the Sociology of Morality. *American Sociological Review*, 77(1), 120-140.
- Stewart, J. y Draper, D. (2009). Reporting research findings: a case study of community-based tourism research in northern Canada. *Journal of Ecotourism*, 8(2) 128–143.
- Stewart, W.; Shamdasani, N. y Rook, W. (2007) Focus Group: Theory and Prattice. Applied Social Research Methods Series. 2 ed. Londres: Sage Publications Inc. 20.
- Stronza, A. y Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 35 (2) ,448–468.
- Su, L. y Hsu, M.K. (2013), Service fairness, consumption emotions, satisfaction, and behavioral intentions: the experience of Chinese heritage tourists, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30(8), 786-805.
- Swaen, V., Chumpitaz, R., Bigné, E. y Andreu, L. (2003). *Being a socially responsible company: what does it mean for European young consumers?* 32nd European Marketing Academy Conference, Glasgow: University of Strathclyde.

- Swanson, D. (1995). Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model. *The Academy of Management Review*, 20 (1), 43-64.
- Taylor, R.; Jason, A.; Keys, B.; Suarez-Balcazar, y.; Davis, I. (2004). Capturing theory and methodology in participatory research. Participatory community research: Theories and methods in action. Washington, DC, *American Psychological Association*, 3–14.
- Tenenhaus, M., Esposito Vinzi, V., Chatelin, Y.M. y Lauro, C. (2005), “PLS path modeling”, *Computational Statistics and Data Analysis*, 48(1), 159-205.
- Tepelus, C. (2008). Destination Unknown? The Emergence of Corporate Social Responsibility for Sustainable Development of Tourism. Tesis Doctoral. Lund University. Lund, Sweden.
- Terry, C. (2017). Turismo Rural Comunitario: ¿una alternativa para las comunidades andinas? El caso del agro-ecoturismo del Parque de la Papa (Cusco, Perú)
- The Business Respect (2018). <http://www.businessrespect.net/definition.php>. Recuperada el 6 de diciembre de 2018.
- The Pachamama Alliance (2013). Community-Based Tourism. <http://www.pachamama.org/community-based-tourism>. Recuperada el 6 de marzo de 2019.
- Theodori, L. (2008). Constraints to the Development of Community. *Community Development*, 39(1), 63 – 81.
- Timothy, D. y White, K. (1999). Community-based ecotourism development ion the periphery of Belize”. *Current Issues in Tourism*, 2(2-3), 226-243.
- Tisdell, C. (1996). Ecotourism, economics and the environment: observations from China. *Journal of Travel Research*, 34(4), 11-19.
- Tolkach, D. y King, B. (2015). Strengthening community-based tourism in a new resource-based island nation: Why and how? *Tourism Management*, 48, 386-398.

- Torres, M.; Paz, K. y Salazar, FG. (2006) Métodos de Recolección de datos para una investigación. *Rev. Electrónica Ingeniería Boletín*, 3, 12-20
- Tourism Concern (2013). What is Community Tourism. Recuperado de: <https://www.tourismconcern.org.uk/community-tourism.html/>. Recuperada el 6 de marzo de 2019.
- Trejos, B. y Chiang, N. (2009). Local economic linkages to community-based tourism in rural Costa Rica. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 30, 373-387.
- Trejos, B. y Matarrita-Cascante, D. (2010). Theoretical Approximations to Community-based Tourism: Case Studies from Costa Rica. *Review of Tourism Research*, 8(6), 157-178
- Tribe, J. (2008). Tourism: A critical business. *Journal of Travel Research*, 46(3), 245–255.
- Troncoso, M. B. (1993). Ecoturismo. En: estudios y Perspectivas del Turismo. No. 2, CIET, 164-171.
- Urbach, N. y Ahlemann, F. (2010). Structural equation modeling in information systems research using partial least squares. *Journal of Information Technology Theory and Application*, 11(2), 5-40.
- Valcuende, J. y De La Cruz M. (2017). Experiencias Turísticas Indígenas en la Región de Madre de Dios (Perú). *Gaceta de Antropología*, 33 (1), 4-7.
- Valcuende, M. y De La Cruz, L. (2009). Turismo, poblaciones locales y organizaciones no gubernamentales: un análisis de caso en Madre de Dios (Perú). *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (2), 179-196.
- Valentim de Moraes, W.; Emmendoerfer, M. y Castilho da Costa, N. (2013). Las buenas prácticas del turismo de base comunitaria en el territorio de la Serra do Brigadeiro (Minas Gerais, Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(6), 1074-1095
- Valiente, G., Herrera, L. y Pérez, M. (2005). Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de Turismo*, 15, 63-76.

- Valor, C. y De la Cuesta, M. (2003). *Responsabilidad social de la empresa*. Concepto, medición y desarrollo en España.
- Valentine, P. (1993). Ecotourism and nature conservation. A definition with some recent developments in Micronesia. *Tourism Management*, 14(2), 107-115.
- Van Marrewijk, m. y Werre, M. (2003). Multiple levels of corporate sustainability. *Journal of Business Ethics*, 44 (2), 107-119.
- Vassilikopoulou, I., Siomkos, J. y Mylonakis, J. (2005). Clustering consumers according to their attitudes on corporate social responsibility. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 1(4), 317-328.
- Veijola, S. y Strauss-Mazzullo, H. (2018). Tourism at the Crossroads of Contesting Paradigms of Arctic Development. Springer International Publishing AG, part of Springer Nature 2019 M. Finger and L. Heininen (eds.), The GlobalArctic Handbook, https://doi.org/10.1007/978-3-319-91995-9_5
- Vergara, C. (2005). Métodos de pesquisa em Administração. São Paulo: Atlas,
- Vergara, S. C. (2015). Métodos de pesquisa em Administração (6a ed). São Paulo: Atlas.
- Visser, W., Matten, D., Pohl, M. y Tolhurst, N. (2007). The A to Z of corporate social responsibility. The Institute for Corporate Culture Affairs (ICCA). John Wiley y Sons Ltd., England.
- Vives, A (2011). *Mirada Crítica a la Responsabilidad Social de la Empresa en Iberoamérica*. Cumpetere. Washington.
- Vives, A. y Peinado-Vara, E. (2011). *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, D.C.
- Votaw, D., y Sethi, S. P. (1973). The corporate dilemma: Traditional values versus contemporary problems.
- Vukonic, B. (1996). Tourism and Religion. Pergamon, Oxford.

- Waldman, D., Siegel, D., y Javidan, M. (2006). Components of transformational leadership and corporate social responsibility. *Journal of Management Studies*, 43, 1703-1725.
- Wang, Y., y Pfister, R. (2008). Residents' Attitudes Toward Tourism and Perceived Personal Benefits in A Rural Community. *Journal Of Travel Research*, 47-84.
- Wartick, L. y Cochran, L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *The Academy of Management Review*, 10(4), 758-769.
- Watson, M. y Mackay, J. (2003). Auditing for the environment. *Managerial Auditing Journal*, 18(8), 625–630.
- Waylen, K.; McGowan, P. y Milner-Gulland, E., (2009). Ecotourism positively affects awareness and attitudes but not conservation behaviours: A case study at Grand Riviere, Trinidad, *Oryx* 43(3), 343–351. <http://dx.doi.org/10.1017/S0030605309000064>
- Weaver, D. (1991). *Ecotourism in the Less Developed World*. Wallingford: CAB International.
- Welford, R. Chan, C. y Michelle M. (2008), “Priorities for corporate social responsibility: a survey of businesses and their stakeholders”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 52-62.
- Wells, V. y McCowlen, C. (2016). An exploration of CSR development in heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 58,1-17.
- Wempe, J. y Kaptein, M. (2002). *The balanced company: a theory of corporate integrity*. Oxford: Oxford University Press.
- Wesche, R. y Drumm, A. (1999). *Defending our rainforest: a guide to community-based ecotourism in the Ecuadorian Amazon*. Ecuador: Acción Amazonia.
- Whitehouse, L. (2006). Corporate Social Responsibility: Views from the Frontline. *Journal of Business Ethics*, 63(3), 279-296

- Wight, P. (1993). Ecotourism: Ethics or Eco-Sell? *Journal of Travel Research*, 31(3), 3-9.
- Wood, J. (1991). Corporate social performance revisited. *The Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- World Business Council for Sustainable Development - WBCSD (2018). <http://www.wbcsd.org/publications-and-tools.aspx>. Recuperada el 8 de diciembre de 2018.
- Wright, R., Campbell, De Teacher, JB y Roberts, N. (2012). Operationalizing, Multidimensional Construct's in Structural Equation Modeling: Recommendations for IS *Research, CAIS*, 30, 1-30
- Wunder, S. (1999). Promoting Forest Conservation through Ecotourism Income? A Case Study from the Ecuadorian Amazon Region. CIFOR Occasional Paper No. 21. Bogor Barat, Indonesia: Centre for International Forestry Research.
- Wyllie, R. (1998). Hana revisited: Development and controversy in a Hawaiian tourism community: *Tourism Management*, 19(2), 171-178.
- Yasarata, M., Altinay, L., Burns, P., y Okumus, F. (2010). Politics and sustainable tourism development – Can they co-exist? Voices from North Cyprus. *Tourism Management*, 31(3), 345–356.
- Yepes, G., Peña W. y Sánchez, L. (2007). Responsabilidad Social Empresarial. *Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Universidad Externado de Colombia. Bogotá.
- Ying, T. y Zhou, Y. (2007). Community, governments and external capitals in China's rural cultural tourism: A comparative study of two adjacent villages. *Tourism Management*, 28, 96-107.
- Young, M. (1992). Ecotourism: Profitable Conservation? En J. Hay (ed.), *Ecotourism Business in the Pacific: Promoting a Sustainable Experience*. University of Auckland, Auckland, 55-60.
- Yumisaca, J., y Mendoza, E. (2016). La hostelería y el sector intermediario como fortaleza del turismo en Santa Elena: caso Salinas y Montañita. En UPSE

- CECATERE, Investigaciones Turísticas del Ecuador: fortaleciendo la innovación de los destinos turísticos (69 -84). La Libertad: Imprenta López.
- Yumisaca, J.; Mendoza, A. y Villón S. (2017). Perfil sociodemográfico del turista de la provincia de Santa Elena en Ecuador. Referencias para nuevas propuestas de desarrollo.
- Zapatero, J. y Muñoz, M. (2013). Instrumentos específicos de desarrollo rural: la Iniciativa Comunitaria LEADER y el Programa Operativo PRODER. Polígonos. Revista de Geografía, 8, 21-38.
- Zorn, E. y Farthing, C. (2007). Communitarian tourism. Hosts and mediators in Peru. *Annals of Tourism Research*, 34 (3), 673-689.





Anexo 1

Listado de las comunas de la provincia de Santa Elena según (MAGAP, 2018).

Parroquia Colonche		Parroquia Manglaralto	
No.	Comunas	No.	Comunas
1	Aguadita	1	Barcelona
2	Ayangue	2	Cadeate
3	Bajadita de Colonche	3	Curia
4	Bambil, Collao	4	Dos Mangas
5	Bambil Deshecho	5	Atravezado
6	Calicanto	6	La Entrada
7	Cerezal Bellavista	7	Montañita
8	Febres Cordero	8	Olón
9	Jambelí	9	Pajiza
10	Las Balsas	10	Río Chico
11	Loma Alta	11	San Pedro
12	Manantial de Guangala	12	San José
13	Manantial de Colonche	13	San Antonio
14	Monteverde	14	San Francisco de las Nuñes
15	Palmar	15	Sinchal
16	Río Seco	16	Sitio Nuevo
17	San Marcos	17	Valdivia
18	Salanguillo		
No.	Parroquia Chanduy	No.	Parroquia Simón Bolívar
1	Bajada de Chanduy	1	Bellavista del Cerro
2	Cienega	2	Juntas del Pacífico
3	El Real	3	Limoncito
4	Engunga	4	Sacachún
5	Olmedo	5	Sube y Baja
6	Pechiche	No.	Parroquia Atahualpa
7	San Rafael	1	Entre Ríos
8	Sucre	No.	Parroquia San José de Ancón
9	Tugaduaaja	1	El Tambo
10	Villingota	2	Prosperidad
11	Manantial de Chanduy		
12	Zapotal		
13	Caimito		
14	parroquia Santa Elena		
15	Baños Termas de San Vicente		
16	Cerro Alto		
17	Juan Montalvo		
18	Morrillo		
19	Río Verde		
20	San Pablo		
21	San Miguel		
22	Saya		
23	San Vicente		
24	Azúcar		

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP,2018).



Anexo 2

Revisión de investigaciones en turismo repositorio UPSE (2012-2019).

Cantón Santa Elena/recursos naturales

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
1	La comuna Salanguillo: y su potencial para el desarrollo del turismo de naturaleza año 2012	Cueva las campanas	Ambientes lacustres	Formación rocosa	III	Considerado como un encanto	Es el más importante de la comuna
		Cascada Salto chico	Ambientes lacustres	Río	II	Se encuentra en el río las negras con toboganes naturales	Su paisaje es natural aún no explotado
		Salto grande	Ambientes lacustres	Cascada natural	II	Llamativo por su estado natural rodeado de vegetación entre las montañas	Abundan distintas especies de peces
		Burbulladoras	Ambientes lacustres	Riachuelos	I	Sale agua en especie de burbuja rodeada de peñascos de piedra	Aún no explotado
2	Diseño de un plan de desarrollo turístico para la Comuna La Entrada, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2014	Mirador tres Cade y Palo colorado	Lugares pintorescos	Miradores naturales	III	Existe flora de especies autóctonas y fauna variada	Es el primer atractivo que los turistas deben visitar.
3	Plan de desarrollo turístico sustentable para la comuna Palmar, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2014.	Playa de Palmar	Costas o Litorales	playa	II	En el barrio Los Esteros es puerto pesquero por ser una desembocadura a mar abierto.	En la actualidad es utilizado para embarque y desembarque de pesca.
4	Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2014.	Playa Pelada	Costas o Litorales	playa	I	Tiene una calidad del agua clara, de color verde, aguas tranquilas, cuenta con una temperatura media.	

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
5	Diseño de un plan de desarrollo turístico sostenible para la comuna Valdivia, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2014.	Estuario Valdivia	Ambiente Lacustre	Lagos	I	Se puede realizar varias actividades para el relajamiento de los turistas como la pesca, deportes y kayak	Pueden realizar caminatas por la playa o el sendero llamado "Los Mogotes" se observa aves migratorias
		Playa de Valdivia	Costas o Litorales	playa	II	Aquí se desarrollan diferentes eventos sociales y deportivos	Es bastante visitada en el periodo de carnaval de cada año
6	Plan de desarrollo eco turístico para potencializar la actividad turística en el bosque protector Dos Mangas, una propuesta fortalecer el actual producto turístico existente, a partir del 2015	Bosque Protector Dos Mangas	Bosques	Seco tropical	III	Es bosque seco tropical, también existe presencia de bosque de garúa para apreciar la naturaleza en estado puro.	Cuenta con dos senderos las cascadas y sendero pozas naturales
		Pozas Naturales de Dos Mangas	Ambientes lacustres	Pozas	II	Existen 25 pozas naturales, pero se mantienen solo 8 pozas activas para uso y disfrute turístico desde ½ metro hasta 4 metros de profundidad.	A este atractivo se puede acceder durante todo el año.
		Mirador Natural San Martin	Montañas	Colinas	II	Un mirador natural se puede apreciar la inmensidad del bosque, hasta el perfil costero que se une con el mar	
		Piscinas Naturales de Dos Mangas	Ambientes lacustres	Pozas	III	Son pozas formadas naturalmente, sus aguas poseen propiedades curativas y relajantes por su alto contenido de minerales.	Se observa las buenas prácticas en el manejo integral de toquillales, guaduales
		Cerro el Encanto	Montañas	Colinas	II	Un cerro que encierra una leyenda de la cual se origina su nombre.	El camino presenta gran dificultad de acceso por lo que está considerado turismo de aventura por un guía nativo.
7	Plan de desarrollo turístico para la Comuna Zapotal del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena a partir del año 2015.	Cerro González	Montañas	Altas montañas	II	Lugar en el que se puede observar variedad de flora y fauna, además existen explotaciones mineras	Flora y fauna Senderismo, Caminata, Cabalgata, Camping.
		Sendero Piedras azules	Bosque Seco	Tropical	II	Se observa el florecimiento del guayacán que se da en las primeras semanas de año	Caminata, Observación de flora, Cabalgata, Campamento

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
		Ciénaga Zapotal	Ambiente Lacustre	Ciénega	II	Se encuentran varias especies de pájaros que llegan en busca de alimento.	Campamentos, Ciclismo, Senderismo
		Albarrada uno	Planicie	Meseta	II	Espacio natural que en tiempo de invierno se abastece con suficiente agua para el año,	Campamentos
		Albarrada dos	Planicie	Meseta	II	Se encuentra en el centro de varias colinas	Camping, caminatas
8	Plan de desarrollo turístico para la Comuna Zapotal del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena a partir del año 2015.	Bosque y Cerro las Ánimas de Engunga	Montañas	Cordillera	I	Se encuentran dos manantiales a una distancia de 227mts entre ellos además en cerro del muyuyo	Protegido por el Proyecto socio Bosque del Ministerio de Ambiente
		Playa Enjunga	Costas o Litorales	Playa	I	La playa está a 2 kilómetros de la población local, el ingreso a la playa esta de manera inclinada	No hay turismo
9	Plan de desarrollo turístico sostenible en la comuna Curia, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, año 2015.	Bosque seco y húmedo	Otros	Bosque	II	pertenece a los moradores de la Comunidad posee una flora joven muy surtida no hay senderos	Plantan árboles cítricos, toquillales plantas de café, es notorio la tala de árboles, pero en pequeña escala
		Mirador Turístico Curia	Otros	Miradores naturales	II	De 40 metros de altura se puede observar cerro de Olón hasta le isla de Salango todo el perfil l	Es aprovechado por los apicultores que mantienen los enjambres de abejas, para cultivar mil de abeja,
		Playas de Curia	Costas o Litorales	Playas	III	Se observan cangrejos paguroideos, y los fantasmas, y ermitaños, su flora bejuco de playa	Alteración con las construcciones de cabañas restaurantes y bares en las orillas de la playa, destrucción de la flora,
		Manglar La piedra	Costas o Litorales	Mangle	I	Área verde este destino, y con una variada des especies tanto en aves y plantas como son los mangles rojos	Se han vuelto recuperar la especie del mangle rojo
10	Inventario de recursos como base para la planificación turística en la comuna Febres Cordero en la provincia	Toquillanes El Chimborazo	Alta montaña	Mirador	II	Ofrece buena vista panorámica observación de flora y fauna propia, de difícil ascenso	Se realiza senderismo y observación de flora y fauna
		Salto Poma Rosa	Espeleológicas	Cavernas	II	A 20 min. De la comunidad, tienen cavidades con estalagmitas	Ideal para la contemplación

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
	de Santa Elena, año 2016.	Pozas de agua el gramador	Lacustre	Pozas	I	A 10 min. De la comunidad atraviesa el río califonia y culebra rodeada de montañas	Tiene señalética turística se realiza actividades como caminatas, camping, avistamiento
		El Murciélago	Fenómeno espeleológico	Cuevas	II	Cavidad natural con murciélagos con poca exploración,	A una hora de la comunidad con guías nativos que relatan leyendas
		Cascada los Alays. Río culebra	Ríos	Cascadas	III	Con potencial turístico iniciado	Se realiza senderismo, camping y observación de flora y fauna
11	La oferta turística como factor que condiciona el desarrollo turístico en la comuna San Pedro 2017	Mirador turístico San Pedro	Costas o Litorales	Acantilado	II	Se encuentra ubicado en un acantilado de unos 70 msnm, tiene 26676 m, se visualiza el islote "El Pelado" y toda zona litoral costera	La realización de parapente deporte extremo que se puede realizar gracias a las condiciones climáticas y geográficas
		Playita linda	Costas o Litorales	Playa	II	Posee una extensa playa, donde principal se dedica a la pesca, pero una parte está destinada a la actividad turística	Disfrute de la playa, la gastronomía de la zona y al fútbol. Posee cabañas comedores de construcción rustica,
		Islote El Pelado	Costas o Litorales	Isla	III	Tiene 27 grados de temperatura	Para recreación y ocio, se realizan recorridos en lanchas para observación paisajísticas y de aves en el lugar, deportes acuáticos como el snorkel y buceo
12	La práctica del ecoturismo en la reserva ecológica Loma Alta, cantón Santa Elena y su contribución en el desarrollo turístico sostenible de la localidad 2017.	Reserva Ecológica comunal Loma Alta	Sistema de áreas protegidas	Reserva ecológica	II	Paisaje montañoso de bosque tropical posee un centro de interpretación	Es un área natural destinada para la protección de los recursos, practica el ecoturismo.
		Río California	Río	Vado	I	Presenta varios tonos dependiendo de las lluvias, vegetación o algas	Existe una sequía atenuada se observa en las partes bajas el río se seca completo en verano
13	Cicloruta del algarrobo para el desarrollo del turismo en la comuna Las Balsas del cantón Santa Elena 2019	Cascadas	Río	Cascada	II	Se observan variedad de flora y fauna y peces está formado de dos caídas de agua	Las personas pueden bañarse en familia con tranquilidad y disfrutar del paisaje.
		Laguna La Tapada	Ambientes lacustres	Laguna	II	Forma un gran reservorio natural de forma rocosa dando forma de una laguna se observa un paisaje	Las personas acuden a bañarse o hacer pesca, también se puede andar en bote

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
		Mirador pozo del mono	Espacio rural	Mirador turístico	I	Se encuentra a 20 minutos de la comuna Las Balsas se puede llegar en moto carro o caballo	En este lugar se puede encontrar monos, papagayos también la observación del paisaje disfrutar de flora y fauna.
		Represa San Vicente	Costas o Litorales	Canales	II	Lago artificial donde las personas pueden disfrutar del paisaje andar en canoa y realizar pesca deportiva en época de invierno	Las personas acuden a realizar pesca o a coger camarones en este sitio, las vías de acceso están en buen estado
14	Potencialidades del agroturismo en la comuna Sitio Nuevo 2019	Bosque Protector Chongón-Colonche	Observación de flora y fauna	Bosque	III	Es aprovechada para realizar ciclismo, senderismo, estas actividades se las puede realizar con guías nativos de la comuna	Flora y fauna propia del lugar
		Sendero Sitio Nuevo	Observación de flora y fauna	Bosque	III	Sendero natural que conecta con la comunidad de Dos Mangas	La flora y fauna del lugar como el mono aullador, ardillas, conejos, árboles como el cedro, matapalo, la caña guadua.
15	Potencialidades del turismo rural en la comuna San Rafael 2019	Cerro Chuculunduy	Montañas	Mirador	II	Es importantes en la comuna San Rafael por el santuario “Señor de la Agonía”	Es un mirador se observa la naturaleza de la localidad subiendo cientos cuarenta y cinco escalinatas
		Cerros de San Rafael	Montañas	Altas montañas	II	Con sus altas montañas está rodeado de una hermosa flora y fauna	Desde zonas altas se puede observar la naturaleza de la comunidad y sus alrededores
		Río San Rafael	Río	Riachuelo o arroyo	II	Inicia en la comuna Zapotal, comuna San Rafael y desemboca en el mar de Chanduy, formando un estero	Se puede bañar y realizar pesca deportiva, es ideal para el descanso y se puede disfrutar de la naturaleza
		Canteras	Tierras-insulares	Rocas-piedras	II	Origen mineral dividida en piedras, granitos, arena y tierra trabajados a través de diferentes excavaciones	Se observa el proceso de extracción y comercialización de (granito clasificado, piedra base, ripio, arena sílice y cascajo)
Cantón Santa Elena/manifestaciones culturales							
1	Diseño de un plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena.	Sombreros de paja toquilla	Tejidos	Artesanías	III	Los antepasados de la comuna Sinchal dejaron de sembrar paja toquilla en las montañas y es así como la elaboración de sombreros de paja toquilla se convirtió en una tradición artesanal	Con un estado de conservación deteriorado

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
	provincia Santa Elena, año 2013	Taller artesanal arte oro	Etnografía	Artesanías	III	Los materiales son adquiridos en Ayangue, Anconcito y Guayaquil y su lugar de venta es en el taller a nivel local	Es una tradición familiar con 9 años trabajando en la combinación de artesanías con orfebrería.
		Iglesia Nuestra Señora del Quinche	Arquitectura y espacio urbano	Iglesia	III	Es una de las Iglesia nueva construida en el año 2009	Su vía de acceso para llegar a este atractivo, cuenta con asfalto bueno
		Mini centro de interpretación	Arquitectura y espacio urbano	Centro de Interpretación	II	En el futuro este lugar sea un centro de información Turística	Las diferentes actividades realizadas en la zona, su artesanía, su agricultura y las diferentes labores cotidianas de las personas que vive en este sector.
		Fiestas Patronales	Acontecimientos programados	Fiestas religiosas	III	Procedencia de los feligreses de la misma zona y visitantes de la provincia	El 90% de la población es de fe cristiana y un poco que su creencia es evangélica.
2	Diseño de un plan de desarrollo turístico para la Comuna La Entrada, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2013	Taller de orfebrería JAFE	Artesanías y artes	Piedras y metales	III	Se ejecuta un proyecto con el apoyo de la Prefectura, Red América, el BID y Fundación NOBIS, para impulsar actividad artesanal	Cuenta con varias máquinas que son utilizadas para cortar, fundir, moldear y elaborar joyas de buena calidad con garantía y buen precio
		Taller de papel reciclado	Artesanías y artes	Papel	II	Se observa el proceso de elaboración de papel, desde su estado normal, hasta el mojado, corte, licuado y reposo hasta el diseño.	Aquí podemos encontrar productos como tarjetas, agendas, bolsos, porta retratos,
		Parador Turístico	Arquitectura y espacios urbanos	Miradores	III	Cuenta con una extensión de 50x70 metros de diámetro, construido en el 2008 por la Prefectura	fue construido con el objetivo de mejorar el ornato comunal y crear fuentes de empleo
3	Plan de desarrollo turístico comunitario para la comunidad de Engunga, parroquia Chanduy, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena,	Capilla de Santa Guchita de Engunga	Histórica	Religiosa	I	A 15 km del cantón Santa Elena, por esta vía se puede apreciar al Museo real Alto y la capilla	La capilla guarda una gran historia y la comunidad aduce que las cosas que pasaron en la comuna
		Iglesia Virgen de las Mercedes	Histórica	Religiosa	I	La iglesia data desde año 1884 y remodelada, por construcción de cemento desde 1963 a interior está la imagen	Cada cierto tiempo acude a la comuna un sacerdote de Chanduy a realizar la misa.

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
	año 2014	Seco de chivo de la comuna Engunga	Histórica	Religiosa	I	La comida típica de la comuna es el seco de chivo, sin embargo, la tradición se está perdiendo	La comunidad está dispuesta a hacer lo necesario para que no se pierda la tradición
		Actividades de agricultura y ganadería realizadas por la población	Realización de técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias	I	Las tierras para la siembra de productos de ciclo corto y para el pastoreo de los animales como vacas y chivos.	La comunidad trabaja en la agricultura
4	Plan de desarrollo turístico para el balneario de Ballenita del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena año 2014.	Museo Farallón Dillon	Museos y otros			Se encuentra piezas históricas como: Timones, Alambiques, pailas de cobre, Cañones de agua, vasijas de barro del Galeón Español La Capitana.	Cuenta con una amplia colección de artículos marinos como: galeones y barcos de piratas
		Iglesia Las Conchas	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia		Ubicada en la calle principal de Ballenita, fue construida hace más de cincuenta años por los comuneros	La iglesia de Ballenita, en Santa Elena, la fachada adornada con miles de conchas llama la atención.
5	Plan de desarrollo turístico sustentable para la comuna Palmar, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2014.	Santuario Nuestra Señora de Fátima.	arquitectura y espacios Urbanos	Santuarios	III	Se ubica a 61 msnm., es un sitio natural con vista de 90° al mar y hacia toda la comunidad.	Tiene un gran significado para la comunidad y para la provincia en especial para los creyentes de la religión católica.
		Costumbres y tradiciones de la comuna Palmar	Creencias Populares	Leyendas, mitos	II	Tienen un gran valor para la comunidad y se filmó la película denominada "Santa Elena en Bus"	En esta comunidad solo se realizan ferias gastronómicas
6	Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2014.	Gastronomía de la comuna Ayangue	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	II	(68 Cabañas-Restaurante), con platos típicos: Pescado frito, Ceviche de Camarón, Ceviche de langosta, Langosta Apanada, etc	reconocido por los habitantes locales de la Provincia
		Artesanías de la comuna Ayangue	Etnografía	Piedras	I	Las artesanías son elaboradas a base de: coral, conchas, balsas y escamas de pescado.	reconocido por los habitantes locales de la provincia
7	Diseño de un plan de desarrollo turístico sostenible	Iglesia Virgen del Carmen	Históricas	Arquitectura	II	Fue construida por el municipio del cantón Santa 2010, en honor a la Virgen del Carmen.	El ingreso es libre celebran las festividades el mes de julio del 10 al 17 de cada año

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
	para la comuna Valdivia, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2014.	Museo Las Calaveras	Históricas	Museo Arqueológico	II	Se exhiben esqueletos humanos que pertenecían a los caciques de la cultura Valdivia	Ubicado en la Ruta Spondylus.
		Parador turístico "Venus Valdivia"	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	I	Ofrece a sus visitantes los platos típicos, tiene un ambiente muy agradable cerca del mar	Las vías de acceso están adecuadas para un ingreso durante todo el año.
		Plazoleta Venus Valdivia	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Escultura	II	El nombre se debe al símbolo de fecundidad de la diosa Venus Valdivia	Se puede fotografiar frente a sus monumentos, construido por sus artesanos.
8	Plan de desarrollo turístico para la Comuna Zapotal del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena a partir del año 2015.	Festividad Patrono San Andrés	Acontecimientos programados	Fiestas religiosas	III	La festividad del patrono de la comunidad se la celebra el 28 de junio	La visita de Personas de diferentes comunidades que son devotos
		Festividad Virgen María	Acontecimientos programados	Fiestas religiosas	III	La fiesta se realiza el 8 de diciembre, con banda de músicos, quema de castillo, Juegos Populares	La visita de personas de diferentes comunidades que son devotas a la virgen María
		Fiesta de la comuna Zapotal	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Fiestas religiosas	III	La fiesta inicia con balonazo, Baile de gala, concurso, campeonatos de fútbol interno	La festividad permite que lleguen personas de diferentes comunidades y Guayaquil
		Pozo de agua	Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas		II	Es utilizado para dar de beber agua al ganado que hay en la comunidad	Recorrido en el sendero
		Mesa en memoria de los difuntos	Etnografía	Tradiciones	III	Se las realiza el 1y 2 de noviembre de cada año	Fortalecer las creencias de jóvenes y niños
		Gastronomía seco de chivo	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	III	Comida típica de la comunidad de Zapotal hace 40 años	Abrir sucursales de los restaurantes
9	Plan de desarrollo eco turístico para potenciar la actividad turística en el bosque protector Dos Mangas, una propuesta de fortalecer el actual producto turístico existente, a partir del 2015.	Centro de Interpretación comuna Dos Mangas	Realizaciones técnicas y científicas	Centro de interpretación		Construcción mixta, servicio de información turística, registros y contactos con los guías nativos.	Se atiende durante todo el año
		Sitio arqueológico El Buen Suceso	Histórica	Sitios arqueológicos	I	Asentamientos de la cultura Valdivia (2800 a 1950 A.C.), existe evidencia de ocupación de las culturas Chorrera y Guangala	

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
10	Agroturismo, una alternativa de desarrollo endógeno en la comuna Dos Mangas, Parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena, año 2015	Fincas agropecuarias de Dos Mangas	Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias	II	En un número aproximado de 60 propiedades cercanas al sector poblado de la comuna.	Existe una variedad de plantaciones maíz, yuca, plátano, guineo, papaya, cacao, mandarina, naranja, mamey, pechiche y variedad de especies maderables
		Elaboración de artesanías	Etnografía	Artesanías	II	Las mujeres de la localidad elaboran artesanías con fibras naturales de la zona	Actualmente se promueve la participación del turista en el proceso de elaboración de artesanías
		Fiestas del Buen Pastor (28 de abril)	Históricos	Fiestas religiosas	II	Considerado patrono de la comunidad celebra una vez al año.	Inicia con balconazo, artistas locales, Juegos deportivos y Juegos tradicionales
11	Plan de desarrollo turístico sostenible en la comuna Curia, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, año 2015.	Artesanías	Etnografía	Artesanías	II	Parte de la atracción también tiene su punto relevante porque existe un taller comunal para elaborar objetos de cañas tagua cochas y otros	Es una fuente de trabajo para los que se dedican a la elaboración de sombreros y con bambú
		Gastronomía	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	II	Ofrece platos a la carta preparados en mariscos y pescados.	Aun este destino no cuenta con cabañas que brinden el servicio de alimentos y bebidas
12	Inventario de recursos como base para la planificación turística en la comuna Febres Cordero en la provincia de Santa Elena, año 2016.	Señor de las Aguas Virgen Inmaculada	Históricos	Fiestas religiosas	II	Tiene historia en honor al Patrón de las Aguas su fiesta es en mayo	Se celebran festividades de la comunidad
		Iglesia Señor de las Aguas	Históricos	Iglesia	II	Tiene historia en honor al Patrón de las Aguas su fiesta es en mayo	Se celebran festividades de la comunidad
		Iglesia Virgen Inmaculada	Históricos	Iglesia	II	Diseño moderno y sencillo posee esculturas religiosas	Festividades de la comunidad con juegos tradicionales y bailes.
		Día de los difuntos	Etnografía	Tradiciones y creencias	II	Costumbre y tradición que aún se mantienen	Colocan comida en la mesa en honor al ser querido que le agradaba
		Tagua	Etnografía	Artesanías	II	Materia prima extraída de la montaña	Elaboran aretes, pulseras, recuerdos
13	La oferta turística como factor que condiciona el desarrollo turístico en la comuna San Pedro 2017	Iglesia San Pedro	Arquitectura	Iglesia	II	Ubicado en el centro de la comunidad el nombre se debe al patrono San Pedro	De uso exclusivo religioso de la localidad,
		Gastronomía Local "Ceviche de Pinchagua"	Gastronomía	Platos típicos	III	Plato a base de pinchagua este puede ser curtido o cocinado en cuadrados, se prepara con cebolla, limón, naranjas, cilantro y sal.	Es un plato muy apetecido por los turistas locales, ha participado en concursos gastronómicos.
14	La cultura y la historia en la cabecera cantonal de	Catedral de Santa Elena	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Iglesia	III	El altar mayor de la catedral se destaca con un mural tallado en madera	Lugar de visita central cuando llega a la provincia

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
	Santa Elena, su influencia en el desarrollo del turismo urbano 2017	Museo Amantes de Sumpa	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Museo Arqueológico	III	Se hallaron los entierros que evidencian complejas costumbres funerarias de los antiguos asentamientos	Asentamiento antiguo de Las Vegas
		Mirador el Tablazo	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Mirador	III	Obra de esparcimiento para toda edad, desde donde se puede observar Santa Elena, La Libertad, Salinas, y la majestuosidad del mar	Ofrece a los turistas y pobladores locales un mirador, complementado con un parque infantil y temático de gimnasia
		Cantonización	Acontecimientos programados	Fiestas	III	El 22 de enero se disfruta de este atractivo cada año	Desfile cívico, estudiantil, bailes populares, quema de castillo y juegos pirotécnicos
		Baño de la Cruz	Acontecimientos programados	Fiestas	III	Desde hace varias décadas, el Baño de la Cruz se realiza el martes Santo, los fieles van en procesión llevando la Cruz y al llegar a la playa de Ballenita,	La procesión parte desde la zona poblada de Ballenita hasta la glorieta, donde entregan a quince pescadores el símbolo de los cristianos
15	Cicloruta del algarrobo para el desarrollo del turismo en la comuna Las Balsas del cantón Santa Elena 2019	Monolitos	Historia	Zonas históricas	II	Con 40 cm de altura son dos monolitos antropomórficos estos tienen una gran similitud parecidos al San Biritute Dios de la fertilidad	Pertenecen a la cultura Huancavilca, son de piedra el más grande tienen su apariencia de un varón
		Fiestas del patrono "San Jacinto de Yaguachi"	Folklore	Fiestas religiosas	II	En honor al patrono San Jacinto de Yaguachi los habitantes de la comunidad realizan una fiesta conmemorativa todos los años	Realizan elección de la reina, banda de músicos quema de castillo, palo encebado, carreras de bicicleta
		Iglesia	Etnografía	Arquitectura	II	Fue construida con ayuda de toda la población hace 18 años, esta edificada de bloque y cemento armado	El santo que ellos veneran es el patrono San Jacinto donde como tradición realizan una fiesta el día 26 de agosto de cada año
		Apicultura	Natural	Etnografía	II	Es una actividad importante en la comunidad y fuente de ingresos económicos lo conforman 26 socios apicultores	El proceso se lo hace mediante la crianza de abejas para la reproducción de la miel

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco:	Valor extrínseco
16	Potencialidades del agroturismo en la comuna Sitio Nuevo 2019	Asociación de Artes Cerro Grande	Artesanías y artes	Metal	II	Posee 20 talleres de fabricación de artesanías talladas en tagua, bambú, de elaboración de artesanías	La comunidad cuenta con una afluencia de turistas, que se ve en mayor cantidad en los meses de enero a abril.
		Fiesta Virgen de Fátima	Otros	Fiestas religiosas	II	La población celebra sus festividades patronales los días 11, 12 y 13 de mayo. Hace unos 40 años se construyó una cruz de madera de 12 metros de altura.	Antes realizaban festividades de acuerdo a las imágenes que poseían la mayoría de las viviendas
		Iglesia Virgen de Fátima	Obra de arte y técnica	Arquitectura	II	La población es católica y se reúne para celebrar la misa y actos religiosos en la capilla construida hace unos 25 años,	La población celebra sus festividades patronales los días 11, 12 y 13 de mayo
		Fincas Agropecuarias	Explotaciones agropecuarias		II	Se dedican a esta actividad un 35% de los habitantes en siembra de ciclo corto y cultivos perennes.	Esta actividad ha sido la principal desde los primeros días de existencia y se mantiene aún.
17	Potencialidades del turismo rural en la comuna San Rafael 2019	Loma de los cangrejitos	Históricos	Zonas Históricas	II	Loma de los cangrejitos por los habitantes de la localidad ya que en él se realizan cultivos de cangrejos.	lugar donde se encontraron restos de la cultura Manteña-Huancavilca enterrados a medio metro de profundidad,
18	Plan de desarrollo turístico comunitario para la comunidad de Engunga, parroquia Chanduy, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2014	Capilla de Santa Guchita de Engunga	Histórica	Religiosa	I	A 15 km del cantón Santa Elena, por esta vía se puede apreciar al Museo real Alto y la capilla	La capilla guarda una gran historia y la comunidad aduce que las cosas que pasaron en la comuna
19		Iglesia Virgen de las Mercedes	Histórica	Religiosa	I	La iglesia data desde año 1884 y remodelada, por construcción de cemento desde 1963 a interior está la imagen	Cada cierto tiempo acude a la comuna un sacerdote de Chanduy a realizar la misa.
20		Seco de chivo de la comuna Engunga	Histórica	Religiosa	I	La comida típica de la comuna es el seco de chivo, sin embargo, la tradición se está perdiendo	La comunidad está dispuesta a hacer lo necesario para que no se pierda la tradición
21		Actividades de agricultura y ganadería realizadas por la población	Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias	I	Las tierras para la siembra de productos de ciclo corto y para el pastoreo de los animales como vacas y chivos.	La comunidad trabaja en la agricultura

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajos de titulación Repositorio UPSE (2012-2019).

Cantón La Libertad/recursos naturales

No.	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor extrínseco	Valor intrínseco
1	El desarrollo socio-cultural como pilar de la conciencia turística de la población del cantón La Libertad, caso malecón 2018	Playa del malecón	Costas o Litorales	playa	II	Sitio ideal para disfrutar del sol y playa en un ambiente seguro	Gracias a las escolleras del Malecón se forma una piscina ideal para los bañistas, en especial para niños
		Playa cautivo	Costas o Litorales	playa	II	Ubicada en la parte noroeste del cantón La Libertad, a pocos metros del sector de La Carioca.	Con un kilómetro de extensión de playa. Es ideal para poder bañarse y hacer deportes playeros
2	Oportunidades del turismo de naturaleza: Caso represa Velasco Ibarra- Provincia de Santa Elena 2019	La Laguna	Costas o Litorales	laguna	II	Posee 200 has. Se observa gran variedad de aves y realizar la pesca de tilapia de agua dulce	Se puede realizar fotografías y ver la caída del sol.
		Paisaje natural	paisaje	paisaje	II	Flora ceibos, cerezo, algarrobo, uña de gato, acacia, piñón, pepinillo, lechoso, sandia, bejuco de frutos amarillos, higuera, palo santo, maíz, brucita y chapra.	Las garzas blancas, garrapateros, patillos, pájaros bruja, atrapa moscas, cucuve, búho de tierra, fragatas, garcilla bueyera, gallinazo negro, gallinazo aura, halcón reidor, halcón peregrino, tórtolas, martin pescador, carpintero, palomas y águila pescadora
		Observación de aves	Observación	paisaje	II	Se puede observar una gran variedad de aves tanto de la zona como otras especies que vienen desde otros países.	En este sentido se puede escuchar el trinar de los pájaros y observar un hermoso paraje.

Cantón La Libertad/manifestaciones culturales

1	El desarrollo socio-cultural como pilar de la conciencia turística de la población del cantón La Libertad, caso malecón 2018	Malecón de La Libertad	Realización de técnicas y científicas	Obra técnica	I	Malecón escénico con una extensión de 1 km ofrece a sus visitantes calles regeneradas.	Negocios ordenados al pie del malecón, seguridad y limpieza.
		Fiesta Patronal de La Libertad (Señora de la Buena Esperanza)	Acontecimientos programados	Fiestas	II	La fiesta patronal de la Virgen de Nuestra Señora de La Esperanza	Fue entronizada canónicamente y de modo oficial por el Monseñor Bernardino Echeverría Ruiz
		Peregrinación Religiosa Virgen del Mar	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Procesión en caravana marítima a la que acuden muchas personas de los sectores barriales aledaños	La Virgen es ubicada en el barco mayor seguida por otros barcos de menor calado y una gran cantidad de lanchas, todas a motor
		Museo Paleontológico o Megaterio	Museos y manifestaciones artísticas e históricas	Museos	III	Considerado el primer museo de corte paleontológico del Ecuador.	Alberga fósiles que evidencian la existencia de Megafauna en el período pleistoceno.

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajos de titulación Repositorio UPSE (2012-2019).

Cantón Salinas/recursos naturales

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco	Valor extrínseco
1	Diseño de un plan de promoción turística para la parroquia José Luis Tamayo como destino no tradicional del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013	Minas de sal	Planicie	Salitre	II	se puede apreciar los atardeceres observando la espléndida maravilla natural.	Se está desarrollando turísticamente, realizando adecuaciones como colocación de tubos para la extracción de agua para la producción de sal.
		Playa costa de oro	Costas o Litorales	Playa	II	Lugar ideal para descanso y relajación del ruido ocasionado en temporadas altas sus aguas pacíficas.	Es conocida a nivel local, provincial, cuenta con poca afluencia de turistas nacionales debido a la falta de señalización
		Playa mar bravo	Costas o Litorales	Playa	III	Sitio ideal de descanso playa recreativa debido a su fuerte corriente y formación de remolinos, no es para bañarse	Sitio ideal para el surf apreciando olas de hasta 5 metros
		Humedal Ecuasal	Planicie	Salitre	II	Se observar el proceso de elaboración de sal mediante maquinarias y forma artesanal, refugio de 140 especies de aves marinas	Sector ideal para los amantes del aviturismo durante todo el año se pueden observar las aves
		Albarrada central	Ambiente lacustre	Pozas	II	Eran grandes reservorios de agua dulce los cuales servían para distribución en toda la Península en época de escases.	En la actualidad todavía prevalecen arboles de ceibos.
2	Diseño de plan de marketing turístico para la parroquia Anconcito del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013	Playa de encantos	Costas o Litorales	Bahías	III	Playa de oleaje tranquilo ideal para practicar deportes: natación y en general, se puede observar a pescadores en su faena diaria	Disfrutar de las pozas de aguas saladas, de la práctica de surf, de fútbol playero, y en época de sol
		Acantilados	Costas o Litorales	Acantilados	III	Es una extensa playa de 3 km, está rodeado de hermosos acantilados.	Sus piscinas de forma natural, practicar snorkel, y la aventura de encontrarse en sus rocas con pulpos, langostas, jaibas, barcas, churos, erizos y pepino de mar.
		Las aves y el hombre.	Costas o Litorales	Bahías	III	Los comerciantes realizan su faena diaria junto a las aves, se puede recorrer la ensenada en bote, fibra, panga o barco,	Las aves hacen de las playas, laderas, barrancos, peñas y causes de agua, los sitios para posar y jugar con los pescadores y visitantes.

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco	Valor extrínseco
3	Plan de desarrollo turístico para la parroquia Santa Rosa del cantón Salinas provincia de Santa Elena, año 2014	Puerto pesquero de Santa Rosa	Espacios urbanos	Puerto pesquero	III	Con gran historial con el desarrollo económico de alto volumen por su actividad diaria.	Existen restaurantes para los que realizan este trabajo pesquero y también un malecón
4	Diseño de un producto ecoturístico en la parroquia José Luis Tamayo para diversificar la oferta turística del cantón salinas provincia de Santa Elena año 2015.	Albarrada central reconstruida	Ambiente lacustre	Pozas	II	En los actuales momentos se encuentra reconstruida, se da a conocer a los turistas un poco de la historia de estas albarradas	Podrán ver a los alrededores de las albarradas que aún dos tupidos árboles gigantes de ceibo y tamarindo
		Extracción de sal artesanal	Planicie	Salitre	II	Podrán observar a pobladores de la parroquia trabajando en la extracción	Observar el proceso por parte de los artesanos, su secado, extracción, cuidado, embalaje y distribución.
		Lavado de sal extraída	Planicie	Salitre	II	Aves migratorias provenientes desde el norte y sur del continente e inclusive Australia entre los meses de marzo a Julio	El Faralopo de Wilson, Pelicano Peruano, Garceta Azul, Chorlito Semipalmado, Flamenco Chileno, Garza real y Garza Milia
		Pesca artesanal	Costas o Litorales	Playa	III	Consiste en extraer el michugo con los pies y utilizarlo como carnada para luego proceder a atrapar el pez utilizando un nailon manual y un anzuelo	El tiempo para esta actividad de encuentro con la naturaleza será de 45 minutos
5	Potencialidad del turismo ornitológico en la provincia de Santa Elena: caso José Luis Tamayo - sector piscinas de Ecuasal 2019	Empresa Ecuasal	Planicie	Salitre	II	Posee dos lugares de observación una en el cantón Salinas y dos en la Comuna San Pablo.	Estos humedales fueron creados para la producción de sal industrial.
Cantón Salinas/manifestaciones culturales							
1	Diseño de un plan de promoción turística para la parroquia	Minas de sal	Planicie	Salitre	II	Se puede apreciar los atardeceres observando la espléndida maravilla natural	Se está desarrollando turísticamente se colocaron tubos para la extracción de agua para la producción de sal.

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco	Valor extrínseco
	José Luis Tamayo como destino no tradicional del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013	Iglesia San Rafael de Arcángel	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia	II	Reconstruido en 2007 se cuenta que albañiles al terminar la obra observaron en el altar la imagen San Rafael de Arcángel rodar una lágrima	Se destaca la calidad y conservación del atractivo junto con su entorno.
		Parque José Luis Tamayo	Arquitectura y espacios urbanos	Parques	II	Escenarios de eventos locales y nacionales, cuenta con áreas recreacionales	Su calidad y estado de conservación, la accesibilidad con la que cuenta
		Día de los difuntos	Creencias populares	Tradiciones	III	Parte de la cultura ancestral se la celebra los días 1-2 de noviembre de cada año.	Según las creencias ellos vienen a comer esa noche y al día siguiente dejan abierta la puerta para que familiares y comunidad en general se acerquen a servirse los alimentos preparados
2	Diseño de plan de marketing turístico para la parroquia Anconcito del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013	El faro de luz	Arquitectura y espacios urbanos	Miradores	III	Se ubica en el punto más alto de la Parroquia esto se debe a que los pescadores no se desorienten en alta mar y se dirigen por el Faro	No cuenta con señalética turística
		Puerto pesquero y turístico	Arquitectura y espacios urbanos	Puerto	III	En el puerto de Anconcito, los comerciantes se acercan a los botes, para ver qué pescado han capturado.	Está en proceso la construcción del puerto el cual contara con una infraestructura para atender las necesidades turísticas.
		Centro de arte, cultura y recreación	Arquitectura y espacios urbanos	Parques	III	Áreas de encuentro familiar, de amigos parte de la vida nocturna, por estar situado en el centro de la población	Es escenario de eventos donde se incentiva la cultura y el folklore de la parroquia, además cuenta con áreas recreacionales
		Procesión marítima	Fiestas	fiestas religiosas.	III	Celebración a la Virgen María Patrona del Pescador en Mayo; San José en Marzo; San Timoteo en Junio; San Miguel Arcángel en Septiembre; Cristo Rey en Noviembre; Virgen de Monserrate en febrero y noviembre.	Después de la misa, se da paso a la procesión de las embarcaciones que son engalanadas e invitan a la ciudadanía a hacer el recorrido tras el barco que lleva la imagen de la Virgen del Pescador
		Iglesia de Anconcito	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia	III	Se encuentra abierto al Público todo el año.	Puerto Pesquero de gente muy religiosa católicos

#	Trabajo de titulación	Nombre del atractivo	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Valor intrínseco	Valor extrínseco
		Día de los difuntos	Creencias populares	Tradiciones	III	Tradición emblemática, cada año se incrementa la visita de coterráneos de la zona y del país	Creencias de que los difuntos vienen a comer esa noche y al día siguiente dejan abierta para todo aquel que llegue se acerque a servirse los alimentos preparados.
3	Plan de desarrollo turístico para la parroquia Santa Rosa del cantón Salinas provincia de Santa Elena, año 2014	Malecón de Santa Rosa	Arquitectura y espacios urbanos	Malecón	II	Es amplio con una vista hermosa hacia el mar y desde aquí se puede observar la actividad pesquera del puerto de Santa Rosa.	Existen dos pequeñas islas que no están en actividad, existe una estatua del Cristo del Pescador
		Iglesia de Santa Rosa	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia	II	posee gran historia ancestral, es el único lugar donde los feligreses pueden acudir	La gente de esta parroquia es muy devota y acuden a misa cada domingo por la mañana o por la noche
		Cristo del pescador	Fiestas	fiestas religiosas.	III	El Cristo El Pescador es llevado cada año el puerto pesquero donde se realiza el recorrido de la procesión marítima	La misa de la figura presente y la procesión hasta llegar al lugar de embarque y actividades de festejo religioso y sociales.
		Mirador protección costera	Costas o Litorales	Playa	III	Punto de protección costera con entrada al mar, donde se observan aves migratorias y todo el perfil costero	Considerado por los habitantes símbolo de protección ya que hubo un momento en que estuvo a punto de desaparecer
4	Diseño de un producto ecoturístico en la parroquia José Luis Tamayo para diversificar la oferta turística del cantón salinas provincia de Santa Elena año 2015.	Iglesia San Rafael de Arcángel	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia	II	Este atractivo fue reconstruido en el año 2007 se comenta que un grupo de albañiles al terminar la obra observó en el altar la imagen San Rafael de Arcángel rodar una lágrima	Se destaca la calidad y conservación del atractivo junto con su entorno.

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajos de titulación Repositorio UPSE (2012-2019).

Anexo 3

Oferta turística en la provincia de Santa Elena según (PODT 2014-2019).

No.	Cantón	Nombre del atractivo	
		Sitio natural	Manifestación cultural
1	Salinas	1. Reserva de Producción Faunística Marino Costera Puntilla de Santa Elena REMACOPSE 2. Bosque seco Tropical Velasco Ibarra (zona de Reserva Turística) 3. Acantilados chocolatera, Punta Carnero, Anconcito 4. Mar Bravo y Diablica 5. Playa San Lorenzo 6. Playa Punta Carnero 7. Playa Chipipe 8. Playa Las Palmeras	1. Iglesia La Merced 2. Capilla San Judas Tadeo 3. Iglesia de San Lorenzo 4. Salinas Yacht Club 5. Museo Naval y Arqueológico 6. Hotel Las Conchas 7. Iglesia San José de Salinas 8. Colegio Rubira 9. Viviendas patrimoniales 10. Sitios Arqueológicos 11. Muelle del Malecón Salinas 12. Puerto Artesanal Santa Rosa 13. Puerto Artesanal Anconcito. 14. Empresa Ecuasal 15. Malecón de Salinas 16. Parque e iglesia central José Luis Tamayo 17. Museo de Ballenas 18. Museo Siglo XXI 19. Fiestas Religiosas y Cívicas 20. Gastronomía 21. Artesanías
2	La Libertad	1. Playa del Malecón 2. Playa Cautivo	1. Malecón de La Libertad 2. Fiesta Patronal de La Libertad (Señora de la Buena Esperanza) 3. Peregrinación Religiosa Virgen del Mar 4. Museo Paleontológico Megaterio 5. Mirador La Caleta 6. Iglesia San Antonio de Padua 7. Museo Casa León
3	Santa Elena	Playas: 1. Ballenita, 2. Chulluipé, 3. Punta Blanca, 4. Capaes, 5. San Pablo, 6. Ayangue, 7. Palmar, 8. La Leona, 9. Angahuel, 10. Portete, 11. Playa Rosada, 12. Cadeate, 13. Curía, 14. La Entrada, 15. La Rinconada, 16. Las Núñez, 17. Manglaralto, 18. Montañita, 19. Olón, 20. San José, 21. San Pedro, 22. Libertador Bolívar 23. Islote El Pelado 24. Reserva Marina El Pelado	Museos: 1. Museo Farallón Dillon 2. Amantes de Sumpa, 3. Real Alto, 4. Cacique Baltacho, 5. Centro Cultural Sacachún, 6. Centro Ceremonial Cerro Las Negras, 7. Valdivia, Las Calaveras 8. Centro Cultural Manglaralto 9. Mirador El Tablazo 10. Iglesia Emperatriz de Santa Elena. 11. Santuario Nuestra Señora de Fátima 12. Iglesia de Colonche 13. Iglesia Las Conchas 14. Iglesia San Pedro 15. Celebración del día de los difuntos 16. Fiestas Religiosas 17. Gastronomía 18. Artesanías

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan de Ordenamiento Territorial GDDM: Santa Elena, La Libertad y Salinas (2014-2019).



Anexo 4

Cuestionario utilizado para la entrevista semiestructurada para pequeños emprendedores que viven en comunidades rurales de la provincia de Santa Elena

Entrevista No. Fecha: /2019 Hora:

Edad Género Masculino: Femenino:

Actividad que realiza

I PARTE Acciones en general que realizan

1. Responsabilidad Social

¿Qué Actividades generales realiza en la comunidad?

¿Qué actividades responsables realiza dentro de la comunidad?

Indique el nivel de importancia que estas actividades representan para usted.

II PARTE Dimensiones de la Responsabilidad Social (compromisos)

2. Dimensión económica

Describa las actividades turísticas más rentables que realizan los emprendedores turísticos en la comunidad

3. Dimensión legal (cumplir con la ley)

Identifique a continuación las actividades legales que usted realiza sujetándose al marco jurídico establecido en Ecuador.

¿Qué actividades legales se deben cumplir en las actividades turísticas dentro de una comunidad?

4. Dimensión ética (ser ético)

Identifique ¿qué actividades éticas realiza usted en la comunidad para generar desarrollo turístico?

5. Dimensión filantrópica (ser un buen ciudadano):

Mencione a continuación las actividades filantrópicas que su comunidad/usted realiza voluntariamente en roles (o actividades) que satisfagan las normas sociales.

III PARTE participación de la Responsabilidad Social en el TC
ACTIVIDADES ECONÓMICAS

6. Indique ¿en qué grado de implementación se encuentran las actividades económicas de RS en las comunidades?

ACTIVIDADES SOCIALES

7. Mencione ¿en qué grado de implementación se encuentran las actividades sociales de RS del TC?

ACTIVIDADES AMBIENTALES

8. Indique ¿en qué nivel se encuentran las actividades ambientales de RS que realizan en la comunidad?

MOTIVACIONES

9. En referencia a las motivaciones para aplicar la RS en las comunidades, ¿Cuál es su opinión, en cuanto a las motivaciones que tienen para aplicar la RS en las comunidades?

OBSTÁCULOS

10. ¿Cuáles son los obstáculos para aplicar la RS en la Comunidad, indíquenos su opinión?

Gracias su colaboración



Anexo 5

Datos generales

Encuesta No.

Fecha: / /2019

1. Nombre del CTC

2. Actividad de emprendimiento:

Encuesta a pequeños emprendedores que trabajan en los centros de turismo comunitario del cantón Santa Elena respecto a su comportamiento frente a acciones socialmente responsables

Buenos días/buenas tardes estimados emprendedores de los CTC de la provincia de Santa Elena. Soy Doctoranda de la Universidad de Santiago de Compostela del programa Desarrollo Regional e Integración Económica, me encuentro realizando mi tesis doctoral sobre turismo comunitario y responsabilidad social en los CTC de esta provincia.

Agradezco su tiempo destinado para responder 11 preguntas sobre sus emprendimientos. Toda información recabada será totalmente anónima y confidencial, por lo que pedimos encarecidamente sea de manera sincera. Muy amables por su atención.

Razones por las que decidió emprender

3. ¿Porque razón usted decidió emprender?

Por favor marque el nivel de influencia que usted considera intervinieron en su decisión para emprender. Donde 1 significa sin influencia, 2 poca influencia, 3 moderadamente influyente, 4 influyente y 5 muy influyente

Acciones que realiza	1	2	3	4	5
1. La comunidad tiene recursos naturales y culturales que deben ser aprovechados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Los turistas solicitan servicios turísticos cuando nos visitan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Porque no tengo un empleo fijo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Porque he recibido capacitaciones en emprendimiento turístico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Porque llegan más turistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Acciones desempeñadas por los emprendedores turísticos

4. En relación a una lista de acciones que realizan las personas de negocios, por favor marque el nivel de acuerdo que tiene con las afirmaciones relacionadas con acciones que realiza en su emprendimiento en el CTC. Donde 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Acciones que realiza	1	2	3	4	5
1. Solicito información a las autoridades locales sobre líneas y facilidades de créditos económicos para emprendimientos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Respeto la organización, cultura y tradición de la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Colaboro en el orden y cuidado ambiental de la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Respeto los horarios de atención al público y las actividades permitidas que se pueden realizar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Cumpló con permisos legales para poner en marcha su emprendimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Adquiero y consumo productos propios de la localidad con el propósito de apoyar el desarrollo local.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Obligaciones personales desempeñadas por los emprendedores turísticos

5. Relacionar la siguiente lista de actividades con sus obligaciones personales que realiza en su emprendimiento, marcar con qué frecuencia realiza considerando que 1 significa nunca, 2 rara vez, 3 ocasionalmente, 4 frecuentemente y 5 muy frecuente.

Obligaciones personales que realiza.	1	2	3	4	5
1. Me incluyo en la toma de decisiones y participación local en procesos / iniciativas relacionadas con el desarrollo turístico, la planificación, la comercialización, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Busco acceso a buena salud, educación, empleo, salario justo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Realizo interacciones turísticas que implica el respeto mutuo, el reconocimiento y hospitalidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Facilito el respeto propio, la seguridad, la felicidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Las ganancias adquiridas son distribuidas para el desarrollo de capacidades que contribuyen a la calidad de vida y el bienestar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Recomendando actividades turísticas que pueden realizar los turistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dimensiones de la responsabilidad social desempeñadas por los emprendedores turísticos

6. Relacione de la siguiente lista su grado de acuerdo con cada una de las afirmaciones. Donde 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Dimensiones económicas, legales, éticas y filantrópicas	1	2	3	4	5
1. He sido representante o líder antes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Es más fácil trabajar con una planificación mensual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Identifico y busco aliarme a asociaciones en redes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Las buenas prácticas son reconocidas en el CTC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Se asegura que los pequeños residentes den mayor uso a los bienes locales, productos y servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Se asegura que la gente local reciba una parte justa de beneficios económicos del turismo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Los emprendedores contribuyen al respeto por las culturas locales y el trato de la población local por igual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Las gestiones entre líderes de grupos son cotidianas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. La limpieza y el orden del CTC es tarea de todas las personas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Las acciones de los pequeños emprendedores en el CTC son reconocidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Conozco las necesidades, expectativas y satisfacción de los clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Los clientes reciben información completa, transparente y honesta de la oferta comercial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Los clientes conocen sobre la producción y servicios locales que tienen los CTC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Los servicios en los CTC son de buena calidad a precios competitivos relación calidad-precio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Los servicios y actividades turísticas son organizados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Se preserva el medio ambiente local y sostenible	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Los pequeños emprendimientos son muestra de igualdad de oportunidad de trabajo para hombres y mujeres de la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Los valores, la cultura, el patrimonio de las comunidades locales, son transmitidos por los residentes de los CTC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Se da el uso adecuado a los recursos naturales locales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Los pequeños emprendimientos son muestra de mejores condiciones de vida para la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Beneficios que obtienen los emprendedores turísticos

7 ¿En general, los beneficios que he logrado como individuo a través del emprendimiento es? Donde 1 significa ningún beneficio, 2 poco beneficio, 3 medianamente, 4 beneficio positivo y 5 beneficio altamente positivo.

Beneficios	1	2	3	4	5
1. Garantizar ingresos familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Me permite ahorrar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Genero puestos de trabajo para mis hijos, residentes de la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Soy mi propio jefe y me organizo a mi manera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Vivo como me gusta tranquilo y feliz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Objetivos y motivaciones de los emprendedores turísticos

8. Para la siguiente lista de objetivos y motivaciones, marque su nivel de acuerdo con cada uno de los ítems a continuación. Donde 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Objetivos y motivaciones	1	2	3	4	5
1. Los valores personales (ética y moral) y modelo de organización me impulsan para emprender en el CTC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Tener mi puesto de trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Incrementar el número de servicios y llegar a más clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Los clientes que visitan los CTC solicitan nuestros servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Los servicios que ofrecemos son la imagen de la organización de la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Venta e ingreso de modo continuo (semanalmente, mensualmente, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Rapidez de cobro (en el momento)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Relaciones personales con los clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Los clientes están dispuestos a pagar un precio elevado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Trabajo con mi familia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Obstáculos para realizar actividades de RS

9. De la siguiente lista de obstáculos, indique el su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. Donde 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Obstáculos	1	2	3	4	5
1. Los residentes no están convencidos del turismo comunitario	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2. No se tiene apoyo de todos en la comunidad	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3. Los residentes esperan apoyo total del Gobierno central y no buscan sus propios medios.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4. Los residentes no están seguros de emprender	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5. El desconocimiento de líneas de crédito para emprendimientos comunitarios.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Compromiso comunitario

10. Indique, por favor, su opinión sobre el CTC donde usted vive y trabaja, utilizando dos adjetivos opuestos que usted propone para las dos preguntas. Marque una opción que mejor representa en su opinión.

Débil.... Desarrollado

Considere que cuanto más cerca de 1 significa totalmente débil; a medida que se aproxima a 5 será un CTC totalmente desarrollado

Débil 1 2 3 4 5 Desarrollado

Desconocido..... Conocido

Considere que cuanto más cerca de 1 significa totalmente desconocido; a medida que se aproxima a 5 será un CTC totalmente conocido

Desconocido 1 2 3 4 5 Conocido

Considere que cuanto más cerca de 1 significa totalmente desorganizado; a medida que se aproxima a 5 será un CTC totalmente organizado

Desorganizado 1 2 3 4 5 Organizado

Considere que cuanto más cerca de 1 significa totalmente inseguro; a medida que se aproxima a 5 será un CTC totalmente seguro

Inseguro 1 2 3 4 5 Seguro

Considere que cuanto más cerca de 1 significa totalmente estresante; a medida que se aproxima a 5 será un CTC totalmente relajante

Estresante 1 2 3 4 5 Relajante

Prácticas de turismo comunitario de los emprendedores

11. ¿Qué significa el turismo comunitario para usted? Marque el grado de importancia, donde 1 significa nada importante, poco importante, 4 importante, 5 muy importante

Turismo comunitario	1	2	3	4	5
1. Actividad turística solidaria	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2. Participación activa de la comunidad	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3. Manejo adecuado del patrimonio natural y cultural	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4. Valoración del patrimonio natural y cultural	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5. Principio de igualdad de género	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
6. Distribución de beneficios locales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

12. Para la siguiente afirmación, marque su grado de acuerdo o desacuerdo. Donde 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. ¿Piensa usted que en su comunidad se ha logrado con el trabajo comunitario un bienestar local?

1 2 3 4 5

13. Para la siguiente afirmación, marque su grado de acuerdo o desacuerdo. Donde 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. ¿Recomendaría usted que en las comunidades rurales de la provincia de Santa Elena se generen emprendimientos de turismo comunitario?

1 2 3 4 5

Gracias su colaboración